

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA**

Marcela Montalvão Teti

**“URUBICI”:
A FORMAÇÃO *GEOPOLÍTICA* DE UMA HETEROTOPIA
TURÍSTICA.**

Florianópolis
2010

Marcela Montalvão Teti

**“URUBICI”:
A FORMAÇÃO *GEOPOLÍTICA* DE UMA HETEROTOPIA
TURÍSTICA.**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Psicologia, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Mestrado, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis
2010

(Banca Examinadora)

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Kleber Prado Filho, a quem devo meus agradecimentos sinceros. Pessoa que mais que um orientador, foi professor, educador, amigo nas em todas as horas. Mostrou-me que o exercício de uma vida intelectual ultrapassa quaisquer planejamentos duros e que mais importante que uma vida de celibato estudantil é estar diante de pessoas agradáveis, situações benéficas, com a natureza ao redor, respirando ar puro. Acima de tudo mostrou que a construção de uma dissertação pode ser resultado de um processo de parceria.

A dona May, a mulher graciosa em minha vida para quem sempre tenho vontade de cantar: “I’ve got sunshine...”. Espécie de estrela guia, essa é uma mulher de muita força, carisma, sempre apta a me apoiar onde quer que eu vá, acima de tudo e de todos, se for preciso. Mãe e melhor amiga, para todos os momentos, para o resto da vida.

Ao seu Ricardão, querido paipai, meu esteio, minha coragem. Por mais fundo que eu caia, estará lá ele para dizer que eu não desista: “continue racional como você sempre foi”. Se pensava em esmorecer, sua imagem vinha a minha mente. Grande companheiro de cervejas, botecos, aprendizados na cozinha, sessões de esporte na TV.

Ao irmão alma-gêmea, parceiro de aventuras, Ricardo, e a minha estimada e querida irmã, Daniella, de quem sou a maior fã. Garra, confiança, ousadia, são qualidades dessas duas pessoinhas com quem tenho muito que aprender e sem os quais fica difícil ser feliz no mundo.

Seu José e dona Lucy não poderiam ficar de fora. Agradeço a maravilhosa companhia de meu querido voinho em todos os momentos de cerveja e lingüiça à meia noite em frente a TV. E, a minha voinha a certeza da fé em alcançar grandes sonhos quando na companhia de pessoas queridas. O que seria de nossas vidas se não fossem o cuscuz com pão Jacó?

Andréa Rosane Santos Barbosa, Daiana Paula Baroni Milani, Bruno Cerqueira Gama, companheiras e companheiro mesmo a distância. Espécies de “caixeiros viajantes” à moda estudantil. Diante delas e dele estou sempre perto do novo, do inquietante, do intempestivo. São pessoas a quem aquelas frases de Michel Foucault (2007, p. XIII) adquirem a força do sentido: “A viagem envelhece a relação consigo e rejuvenesce a relação com as coisas”.

A amiga **Sandra Rezende Dalamaso** sem a qual a finalização e concretização da dissertação não teria sido possível.

Aos professores de outros Programas de Pós-graduação que trouxeram grande acréscimo à pesquisa desenvolvida, com conversas, co-orientações, “puxões de orelha” e risadas sempre muito acolhedoras. Estimados agradecimentos a essas pessoas muito especiais que são **Margarita Barretto** (Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo), **Ewerton Vieira Machado** (Pós-graduação em Geografia).

A Kátia Simone e Delma Morari, as amigas do turismo, com quem compartilhei bons momentos de conversa, passeios e, certamente, orientações teóricas.

As meninas com quem morei e que me apoiaram, cada uma em sua especificidade afetiva, agradecimentos especiais às amigas-irmãs: **Janaina Geraldini e Cristiane Rossi**. Mulheres de força, de ética, credibilidade. Busco nelas o meu exemplo. Do mesmo modo, agradeço a dona Conceição e seu Jorge, meus últimos locadores, que muito bem me fizeram, com tranquilidade, companhia e afeto, na última etapa da dissertação. Para onde for terei a companhia da agulha de crochê e de ponto-cruz.

A Maria Teresa Coelho pelas correções minuciosas de português, redação e revisão técnica do trabalho.

Ao Frederico Leão Pinheiro pela parceria afetivo-intelectual durante a graduação e primeiro ano de mestrado. Foram muito importantes as discussões e debates empreendidos sobre questões teóricas em geral, principalmente no tocante aos esclarecimentos conceituais em Michel Foucault. Boa parte de minha formação intelectual é decorrente dessa parceria.

Ao Manoel Mendonça, professor da graduação, sem o qual não teria aprendido que a ética do “jogar-se no campo” pode ser mais interessante, pessoal e intelectualmente, que os métodos a priori.

Agradecimentos importantes àqueles que não estiveram diretamente vinculados à pesquisa, mas que exerceram funções específicas e fundamentais para que ela fosse realizada: Aos professores disciplinas e membros do Programa de Mestrado; **Janete e Helena**, secretárias do Programa de Pós-graduação em Psicologia da UFSC; **Lucila, Rosane** e dois outros funcionários do Arquivo do Diário Catarinense; **Fátima e seu Sérgio**, casal com quem estive a primeira vez em Urubici, SC.

À Capes, pelo apoio financeiro no ano de conclusão do mestrado.

Vivemos uma época em que as grandes questões políticas, sociais, econômicas e culturais estão revestidas de conotações espaciais. Noções como as de globalização, multiculturalismo, integração econômica, mundialização, implicam na reflexão das dimensões espaciais presentes nas grandes questões de nosso tempo. Os processos migratórios, a desterritorialização de grandes contingentes populacionais por motivos econômicos, políticos ou jurídicos, a ressurgências dos nacionalismos e dos regionalismos, a formação de grandes blocos econômicos e o questionamento das fronteiras nacionais colocam a política dos espaços como um tema nuclear em nossa época

(ALBUQUERQUE JÚNIOR, VEIGA-NETO, SOUZA FILHO, 2008, p. 10).

RESUMO.

A pesquisa de mestrado foi desenvolvida no sentido de observar os efeitos do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, no processo de estímulo à interiorização do turismo em território nacional. O fez por meio de uma análise das relações de saber-poder, a partir de uma perspectiva *geopolítica*, relacionadas à produção de um destino turístico. O foco dos estudos esteve centrado nas práticas turísticas, e nos múltiplos jogos de força e relações de poder, implicados no processo de turistificação de Urubici, entre os anos de 2000 e 2009. O referencial teórico foi baseado nos estudos de Michel Foucault e trabalha conceitos como o de *heterotopia* e dispositivo para a definição dos campos de análise. Um destino turístico, a partir de Michel Foucault, foi tomado como uma *heterotopia turística*. O olhar sobre o campo se desenvolveu no percurso das linhas do *dispositivo* em Michel Foucault. Para esta pesquisa o processo de *turistificação* de um município foi considerado um *dispositivo* de poder. *Cartografias*, *genealogias* e *arqueologias* atuaram como instrumentos no desenvolvimento das análises, a partir dos quais olhares perspectivos sobre a experiência turística no município foram traçados. As faces do turismo apontadas por esta pesquisa foram: o desenvolvimento do turismo a partir de um estudos das Políticas e Planos Nacionais de Turismo desde a segunda década do século XX até a primeira década do século XXI; a produção discursiva e de verdades sobre o turismo no município de Urubici através de dados retirados de edições especiais do periódico Diário Catarinense; a constituição de relações de força e jogos de poder da Instância de Governança Regional, como estratégia do processo de turistificação; constituição cartográfica do território turístico urubiciense através de uma análise da produção turística relacionada a algumas instâncias de produção discursiva. Algumas conclusões a que esse trabalho chegou: nas últimas décadas os investimentos políticos técnicos e operacionais, estiveram cada vez mais centrados no turismo desenvolvido a partir da noção de território; produção turística é de caráter local, realizada pela rede de instâncias e mecanismos de poder inseridos na própria região turística; destino turístico nunca é um espaço homogêneo, consiste antes em espaço de múltiplos posicionamentos, implicando, para o “desenho” das práticas

turísticas de um município, disputas geopolíticas; a constituição *heterotópica* de uma destinação turística, entre outras coisas, implica a produção modos de subjetivação a partir espaços/estados de compensação.

Palavras-chave: Geopolítica, Dispositivo, Heterotopia Turística.

ABSTRACT

The Master thesis was developed in order to observe the effects of the Regionalization Program Tourism - Tours of Brazil, in the process of encouraging the internalization of tourism in the country. It did so through an analysis of knowledge-power relationships, from a geopolitical perspective, related to the production of a tourist destination. The focus of the studies was focused on tourism practices, and multiple games of strength and power relations involved in the process of Urubici's turistification, between the years 2000 and 2009. The theoretical study was based on the works of Michel Foucault and concepts such as Heterotopy and Dispositif for defining the fields of analysis. A tourist destination, from Michel Foucault, heterotopy was taken as a tourist heterotopy. The look on the field has developed in the course of the lines of the device in Michel Foucault. For this research the process of turistification of a municipality was considered a power Dispositif. Cartography, genealogy and archeology acted as tools in the development of analysis, from which looks perspectives on the tourist experience in the city were traced. The faces of tourism made by this research were the development of tourism from a study of national policies and plans for tourism since the second decade of the twentieth century until the first decade of the century, the discursive production and truths about tourism in the municipality of Urubici through data taken from special editions of the daily newspaper of Santa Catarina, the establishment of relations of force and power games of the Complaints Regional Governance, as a strategy of turistification's process; constitution mapping of territory urubiciense tour through an analysis of Tourist production related to some instances of discursive production. Some conclusions that this work has come: in recent decades the political investments technical and operational, have been increasingly focused on tourism developed from the notion of territory; tourist production is of local character, performed by the network of bodies and mechanisms of power inserted tourism in the region itself, a tourist destination is never a homogeneous space, is instead space for multiple placements, involving, for "design" of tourism practices in a municipality, geopolitical disputes, the formation heterotopic of a tourist

destination, among other things involves the production modes of subjectivity form areas / states of compensation

Keywords: Geopolitics, Dispositif, Tourist Heterotopy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Município de Urubici, estado de Santa Catarina, Brasil.	24
Figura 2 - Urubici, município de fartas belezas naturais.....	25
Figura 3 - Urubici como foco de relações de poder.....	26
Figura 4 - Mapa da Regionalização Final.....	46
Figura 5 – Mapa da Regionalização do Estado de Santa Catarina..	46
Figura 6 – Mapa da Serra Catarinense.....	51
Figura 7 – Cascata do Avencal, Urubici, SC, Brasil.....	85
Figura 8 – Pedra Furada, Urubici, SC, Brasil.....	86
Figura 9 – “Ao natural”, Urubici, SC, Brasil.....	88
Figura 10 – “Cenário” urubiciense ao fundo de uma plantação de hortaliças, SC, Brasil.....	89
Figura 11 – Fogo de Chão, Urubici, SC, Brasil.....	93
Figura 12 – Rapel na Cascata do Avencal.....	95
Figura 13 – Serra do Corvo Branco, Urubici, SC, Brasil.....	97
Figura 14 – Descida na Serra do Corvo Branco, Urubici, SC, Brasil. Sensação de Montanha Russa.....	97
Figura 15 – Urubici, “a pequena notável da Serra”, SC, Brasil.....	101
Figura 16 – O “jeito” interiorano da cidade. Urubici, SC, Brasil...	102
Figura 17 – Municípios que compõem o Convention e Visitors Bureau Serra Catarinense.....	140
Figura 18 – Municípios que compõem o Portal Serra Catarinense	144
Figura 19 – Municípios que compõem o APL do Turismo da Serra Catarinense.....	146
Figura 20 - Encostas da Serra Geral; Regional Ibirama; Urubici; Imbituba.....	148
Figura 21 – Municípios associados a AMURES.....	152
Figura 22 – Município de Urubici, SC, Brasil.....	154

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS.

ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis.
AMURES – Associação dos Municípios da Região Serrana.
APL – Arranjo Produtivo Local.
CVB – Convention & Visitors Bureau.
CNTur – Conselho Nacional de Turismo.
CONSERRA – Conselho de Turismo Serra Catarinense.
DC – Diário Catarinense.
EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo; Instituto Brasileiro de Turismo.
FENAHORT – Festa Nacional das Hortaliças.
GEROL – Gerente da Organização do Lazer.
IDS – Índice de Desenvolvimento Social.
INDESC - Instituto de Desenvolvimento Sustentável de Santa Catarina
MEP’S – Empresa de Médio e Pequeno Porte.
MTur – Ministério do Turismo.
OMT – Organização Mundial do Turismo.
PDIL – Plano de Desenvolvimento Integrado do Lazer.
PLANTUR – Plano Nacional de Turismo.
PNMT – Plano Nacional de Municipalização do Turismo.
PNT 2003-2007 – Plano Nacional de Turismo 2003/2007 – Diretrizes, Metas e Programas.
ONG – Organização Não Governamental.
PNT 2007-2010 – Plano Nacional de Turismo 2007/2010 – Uma Viagem de Inclusão.
POUSERRA – Associação das Pousadas e Hotéis de Urubici.
SANTUR – Santa Catarina Turismo S/A – Órgão Oficial de Turismo do Estado.
SCC&VB ou SCCVB – Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau.
SDR’S – Secretarias de Desenvolvimento Regional.
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
SOL – Secretaria de Organização do Lazer.
SC – Santa Catarina.
UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

SUMÁRIO.

1 INTRODUÇÃO.....	21
1.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	21
1.2 ORIENTAÇÕES DE PESQUISA.....	28
1.3 PROBLEMATIZAÇÃO.....	32
1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	34
2 TURISMO: UMA ATIVIDADE ECONÔMICA?	37
2.1 TURISMO NO BRASIL: “INDÚSTRIA SEM CHAMINÉS”.....	37
2.2 PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – ROTEIROS DO BRASIL.....	39
2.3 CONCEITOS, FUNDAMENTOS, ESTRATÉGIAS.....	42
2.4 CONSTITUIÇÃO DAS REGIÕES TURÍSTICAS.....	44
2.5 INTERLOCUTORES E INSTÂNCIAS POLÍTICO-GESTORAS.....	47
2.6 INSTITUCIONALIZAÇÃO DA INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA... ..	49
2.7 CONSERRA – CONSELHO DE TURISMO SERRA CATARINENSE.....	51
3 HISTÓRIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL.....	57
3.1 BREVE HISTÓRIA DO TURISMO NO BRASIL.....	59
3.2 PASSAGEM DO TURISMO COM FOCO EM INFRAESTRUTURA HOTELEIRA PARA O TURISMO COM FOCO NO TERRITÓRIO TURÍSTICO.....	60
3.3 DESLOCAMENTO DE FOCO: PROGRAMA NACIONAL DE MUNICIPALIZAÇÃO DO TURISMO (PNMT).....	66
3.4 NOVO DESLOCAMENTO: PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – ROTEIROS DO BRASIL.....	71
4 ANÁLISE ARQUEOLÓGICA DA CONSTITUIÇÃO DE UM DESTINO TURÍSTICO.....	77
4.1 ARQUIVOS DC.....	80
4.2 O PROCESSO DE EMERGÊNCIA DE UM DESTINO TURÍSTICO....	84
4.3 UMA CONSCIÊNCIA POLÍTICA?	87
4.4 FORMAÇÃO DA INFRAESTRUTURA TURÍSTICA E DE APOIO... ..	91
4.5 A PRODUÇÃO DOS PONTOS TURÍSTICOS.....	94
4.6 FORMAÇÃO DA REGIÃO TURÍSTICA DA SERRA CATARINENSE.....	99
4.7 URUBICI, UMA HETEROTOPIA TURÍSTICA.....	100
5 ANÁLISE GENEALÓGICA DA “INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA DA SERRA CATARINENSE”.....	105
5.1 PROVENIÊNCIAS E EMERGÊNCIAS DO PROCESSO DE TURISTIFICAÇÃO DE URUBICI.....	107

5.2 INSTITUCIONALIZAÇÃO DA INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA..	114
5.3 RELAÇÃO CONSERRA E CONVENTION BUREAU.	121
5.4 POLÍTICA ESTADUAL DE TURISMO – AÇÕES DA SANTUR.	124
5.4.1 <i>Captação de mercado estrangeiro</i>	125
5.4.2 <i>Fam Tripps</i>	126
5.4.3 <i>Formações de redes internacionais para o desenvolvimento do turismo</i>	126
5.4.4 <i>Apoio na Promoção de Eventos Realizados na Serra Catarinense</i>	127
5.5 RELAÇÃO ENTRE URUBICI E A REGIÃO “SERRA CATARINENSE”.	129
6 ANÁLISE CARTOGRÁFICA DO PROCESSO DE TURISTIFICAÇÃO EM URUBICI.....	135
6.1 SERRA CATARINENSE CONVENTION & VISITORS BUREAU ...	139
6.2 PORTAL SERRA CATARINENSE.	143
6.3 APL DO TURISMO DA SERRA CATARINENSE.....	145
6.4 ASSOCIAÇÃO ACOLHIDA NA COLÔNIA.	148
6.5 AMURES	150
6.6 PREFEITURA MUNICIPAL DE URUBICI.....	153
6.7 CAMPO DE AÇÃO E ELEMENTOS PARA O TURISMO.	155
6.7.1 <i>Ecoturismo e Turismo de Aventura</i>	155
6.7.2 <i>Neve, geadas e baixas temperaturas</i>	157
6.7.3 <i>Urubici, destino da tranquilidade</i>	158
6.7.4 <i>Seja saudável em Urubici</i>	158
7 HETEROTOPIA TURÍSTICA: ESTADOS SUBJETIVOS DE COMPENSAÇÃO, ESPAÇO DE MÚLTIPLAS RELAÇÕES E POSICIONAMENTOS.....	159
7.1 PROCESSO DE EMERGÊNCIA DE UM DESTINO TURÍSTICO.	161
7.2 CAMPO DE AÇÃO PARA O TURISMO NA SERRA CATARINENSE.	165
7.3 SINGULARIZAÇÃO DA PRODUÇÃO TURÍSTICA URUBICIENSE.	167
7.4 GEOPOLÍTICA DOS ESPAÇOS TURÍSTICOS URUBICIENSES.....	169
7.5 ESPAÇOS DE POSICIONAMENTO, MAQUINARIAS POLÍTICAS, DISPOSITIVOS.....	172
7.6 HETEROTOPIAS TURÍSTICAS: ESPAÇOS DE COMPENSAÇÃO.	177
8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	179
9 FONTES BIBLIOGRÁFICAS	183
ANEXOS	195
ANEXO A - GLOSSÁRIO DE CONCEITOS SEGUNDO MICHEL FOUCAULT.....	197
ANEXO B – QUADRO CRONOLÓGICO DE ATIVIDADES NA SERRA CATARINENSE.....	203

1 INTRODUÇÃO.

Enquanto em um filósofo como Deleuze, a elaboração teórica de conceitos exige ser aplicada ao real – o conceito de diferença precede sua eventual utilização prática -, em Foucault, são a prática e o engajamento na atualidade que geram, ao mesmo tempo, a problematização filosófica e o instrumental conceitual que decorre disso. (REVEL, 2004, p. 84).

1.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.

O Ministério do Turismo é um órgão do Governo Federal responsável pela implementação das Políticas Nacionais de Turismo. Sua criação tem data no ano de 2003, momento específico em que o presidente da república ordena o turismo como um dos principais elementos propulsores para o desenvolvimento do país. Para o Ministério, o turismo é uma atividade que deve ser investida a fim de que exerça um papel preponderante na geração de empregos, divisas, além de promover a inclusão social (BRASIL, 2004a). De acordo com o Ministério do Turismo, desde o momento de sua criação, uma das inovações trazidas para o gerenciamento da atividade foi o modelo de gestão descentralizada.

Junto à Secretaria Nacional de Política de Turismo se encontra a estrutura organizacional do Ministério (BRASIL, 2004b) que tem a função de executar a política pública para o setor, sempre por meio do trabalho realizado pelo Conselho Nacional de Turismo. Dentre suas responsabilidades, estão a qualificação do serviço no tocante ao exercício do fazer turístico e a promoção interna do turismo no Brasil. Além disso, monitora e avalia a execução da política pública de turismo, colocando em prática a gestão descentralizada do turismo, nos termos territorial e gerencial. Trabalha pelo alinhamento entre as ações do Ministério, do Conselho Nacional de Turismo, dos Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo nos 27 estados/distritos brasileiros.

No intuito de subsidiar a formulação de planos, programas e ações “destinados ao fortalecimento do turismo nacional” (BRASIL, 2004a), o Governo Federal criou a Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo. Este órgão associado à Secretaria Nacional de Políticas Públicas desenvolve infraestrutura e proporciona a melhoria na qualidade dos serviços.

No campo estratégico das ações do Ministério do Turismo, o Programa de Regionalização, lançado no ano de 2004, configurou um Macroprograma. No ano de seu lançamento, esteve amparado pelos princípios de desenvolvimento do turismo enunciados pelo Plano Nacional de Turismo 2003-2007- *Diretrizes, Metas e Programas*. No ano de 2007, o programa foi atualizado e passou a constituir um desdobramento temático do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – *Uma Viagem de Inclusão*. Desde então, o Programa foi escolhido como uma das prioridades de governo na área; acreditava-se no seu potencial de contribuição para atingir os compromissos sociais e econômicos estabelecidos como metas no Plano Nacional do Turismo (BRASIL, 2007). A principal função do Programa era, portanto, orientar a execução de políticas públicas específicas para o setor. Estruturação, ordenamento e diversificação entrariam na ordem da oferta turística do país.

Com a Regionalização, a ideia era investir na difusão e interiorização do turismo por meio da elaboração de planos estratégicos de desenvolvimento centrados na noção de Região Turística. Na passagem de investimentos, antes direcionados aos municípios (PNMT 1999-2002), para ações que tomassem por prerrogativa administrativa Regiões Turísticas, o Governo Federal investiria em maior efetividade das ações para o turismo e, conseqüentemente, no fortalecimento da gestão turística municipal. O diferencial que o Programa de Regionalização trouxe, a partir do ano de 2007, foi o de um maior investimento na interiorização e fortalecimento do mercado interno. Atualmente, o Ministério do Turismo registra 200 regiões turísticas e 3819 municípios mapeados pelo programa (BRASIL, 2008c).

Há, no Programa de Regionalização, investimentos operacionais no intuito de estimular a descentralização administrativa do turismo. Não há dependência exclusiva do Governo Federal para o seu desenvolvimento, visto que este é objeto de gestão das três esferas do poder público, a saber: nação, estado e município. O Ministério, no entanto, propõe outra dimensão política para a gestão e planejamento do turismo: ele propõe o domínio da Região Turística e, para geri-la, as

Instâncias de Governança Regionais (BRASIL, 2008a), que constituem o 4º módulo referente à implementação do Programa de Regionalização.

Na Instância, o modelo de gestão é tripartite (BRASIL, 2008b), consistindo em uma forma na qual esferas públicas municipais ou estaduais, associadas a agentes privados e à sociedade civil organizada, criam demandas e operacionalizam soluções para o turismo de uma Região. De acordo com o Ministério, esse é um modo eficaz de tornar o produto turístico de uma localidade competitivo, de qualidade e com características locais. A Instância atuando em nível local, mas não reduzida à esfera municipal, haveria de fortalecer a produção turística (BRASIL, 2008d) e, entre outras coisas, torná-la competitiva sem deixar de relacioná-la às características locais. Para o Ministério, e discursos economicistas em geral, o mercado consumidor turístico traria como necessidade a qualidade e a diversidade no fazer turístico (BRASIL, 2008b).

A partir do exposto, o desenvolvimento desta pesquisa de mestrado tomou como ponto de partida a produção de destinos turísticos por meio de estratégias de Regionalização. Não tomou os discursos oficiais ou estatísticos sobre o turismo como verdadeiros, mas se propôs a estudar os efeitos provocados por políticas públicas no processo de turistificação de um destino. Independente dos benefícios ou prejuízos econômicos, que o turismo pudesse produzir em uma localidade, interessou-se em estudar o fenômeno da turistificação, que incluía a articulação de instâncias público-privadas para o desenvolvimento do turismo e o estímulo tanto ao processo de urbanização de um destino quanto à constituição de múltiplos espaços turísticos, em um mesmo destino, para que este pudesse se tornar um atrativo. Interessava, então, estudar o processo orientado de constituição de um destino por meio das mudanças consideráveis que investimentos de poder de ordem macro e micro-política pudessem incitar em uma determinada localidade.

A pesquisa de mestrado tomou, como campo, o município de Urubici, situado no estado de Santa Catarina (Figura 1), com área de 1.019 km², com uma população de aproximadamente 10.825 habitantes (IBGE, 2010). Localizado no Planalto Meridional brasileiro, Micro-região dos Campos de Lages (ISRAEL, 1991), Urubici é um município componente da Região Turística da Serra Catarinense (SANTA CATARINA, 2008).

O motivo da escolha deve-se ao fato de que é um município que, antes mesmo da criação do Programa de Regionalização do Turismo (ano de 2004), era considerado lugar com vocação turística (CORRÊA, 2003). Desde o ano de 1997, há uma Secretaria de Turismo

Municipal (DIÁRIO CATARINENSE, 2007b) e a localidade é popularmente conhecida como destino para o turismo alternativo. O município de Urubici é considerado farto em belezas naturais (Figura 2), matas de araucárias, rios e cachoeiras; tem espaço para camping, trilhas e pesca (CORRÊA, 2003; ALBUQUERQUE, 2004). Mas, no decorrer da primeira década de 2000, principalmente na segunda metade, Urubici tornou-se alvo de alguns projetos e roteiros turísticos tanto de caráter estadual como nacional.



Figura 1 – Município de Urubici, estado de Santa Catarina, Brasil.
Fonte: Felipe (2010).

Nos documentos do Ministério do Turismo (BRASIL, 2008d), Urubici faz parte dos seguintes roteiros:

- Serra Mar;
- Águas Termiais;
- Serra e Turismo Rural¹;
- Explorador por Natureza: observação de baleias;
- Caminhos da Neve.

Na dimensão do Estado, insere-se no roteiro Aparados da Serra. Em nível regional, o município de Urubici compõe roteiros elaborados

¹ Esse dois primeiros constam como roteiros direcionados ao Mercado Internacional. Os demais somente para o Mercado Nacional.

pelas seguintes entidades: Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau; Arranjo Produtivo Local do Turismo da Serra Catarinense; Agroturismo Ecológico. Além destes, a prefeitura e secretaria de turismo do município contribuem com investimentos específicos para a melhoria estrutural em oferta turística.



Figura 2: Urubici, município de fartas belezas naturais.

Fonte: Tiago (2010).

Por diversos ângulos (Figura 3), Urubici era objeto de práticas e mecanismos de poder, os mais variados, e a produção de um destino turístico estava estreitamente ligada a esses mecanismos de poder. O interesse em acompanhar a expansão do turismo em Urubici, a partir de então, esteve associado a um estudo das instâncias de poder e consequentes articulações entre as mesmas para o processo de produção de um *destino turístico*.

O presente trabalho foi inspirado nos estudos realizados por Michel Foucault e, no seu desenvolvimento, buscou deslocar-se da perspectiva econômica, pela qual o turismo é geralmente trabalhado, para ser pensado em uma perspectiva política. O turismo, para tanto, é analisado sob um olhar geopolítico e as práticas turísticas são tomadas por produções, resultantes de relações de saber-poder. Essa decisão foi

tomada porque em Urubici o que se percebe é o desenvolvimento de um destino turístico impulsionado por diversos mecanismos de poder. Por meio de articulações políticas, as mais diversas, um “destino turístico” vai se constituindo e se expandindo no território de um município.



Figura 3: Urubici como foco de relações de poder².

Fonte: Google Maps Brasil (2010).

Chama a atenção, portanto, o investimento territorial a partir do qual o turismo ganhou visibilidade nas últimas diretrizes políticas nacionais. Sob a justificativa da diversificação do mercado e da alta exigência do turista por espaços diversificados e de qualidade, o Governo Federal estimula um turismo de múltiplas facetas. Não basta, aos instrumentos políticos, o desenvolvimento do turismo como uma atividade de lazer. Importa, antes de tudo, a proliferação dessa atividade, das formas mais variadas, para dar conta de necessidades dos turistas,

² Em destaque no mapa, estão municípios-sede de instâncias de produção discursiva que trazem o turismo de Urubici como objeto de discurso. A letra C corresponde ao município de São Joaquim, sede do Conselho de Turismo Serra Catarinense. A letra B corresponde ao município de Florianópolis, sede do Órgão Oficial de Turismo, SANTUR, e da Secretaria de Estado de Turismo, Esporte e Cultura. A letra E corresponde ao distrito de Brasília, onde está situado o Ministério do Turismo. Por fim, a letra D corresponde ao município de Urubici, onde está situada a Secretaria de Turismo do município, órgão articulador de algumas medidas para o desenvolvimento do turismo de segmento.

principalmente os internacionais. Mesmo que o território de um município esteja em jogo no processo desse desenvolvimento, o turismo nele deve ser investido.

Para tanto, a pesquisa voltou-se para a compreensão da seguinte questão: Como se deu o processo de turistificação de Urubici e quais relações de poder e práticas turísticas foram produzidas no processo de turistificação do município de Urubici, no período de nove anos, entre 2000 e 2009³?

A pesquisa desenvolvida teve o caráter documental e hemerográfica e o conjunto das atividades desenvolvidas esteve dividido em dois momentos. Primeiramente, a pesquisa bibliográfica, direcionada à compreensão da problemática geral do turismo; a situação teórico-metodológica do campo de pesquisa e a definição do campo de pesquisa. Em uma segunda etapa, a pesquisa voltou-se a fontes, as mais diversas, para compor o quadro do turismo no município de Urubici, a saber: documentos oficiais; atas e relatórios de reuniões das entidades e associações privadas; programas e diretrizes de algumas entidades público-privadas para o desenvolvimento do turismo; teses, dissertações e trabalhos de conclusão de curso (TCC) sobre a história e o turismo em Urubici; edições especiais do Diário Catarinense sobre o turismo; sítios de difusão do turismo que trouxessem como foco o município de Urubici.

Esse trabalho, a partir de uma perspectiva *histórico-política* de análise, esteve orientado para investigar os modos de produção das relações de saber e de poder e práticas turísticas, envolvidos na constituição do destino turístico “Urubici”, entre os anos de 2000 e 2009. Os objetivos específicos consistiram em realizar arqueologias das políticas e planos nacionais de turismo nos últimos 50 anos e dos discursos turísticos sobre Urubici e dos discursos sobre o turismo em Urubici; fazer uma genealogia das relações de poder envolvidas na produção de um destino turístico; realizar pequenas cartografias turísticas que ofereçam olhares sobre a diversidade de práticas turísticas em Urubici.

Para o desenvolvimento da pesquisa de mestrado considerou-se que o espaço turístico produzido pela ação de políticas públicas fosse uma *heterotopia*, de acordo com Michel Foucault (FOUCAULT, 2006).

³ O espaço temporal de trabalho foi escolhido em processo de orientação. Esteve vinculado ao período que pudesse contemplar o lançamento do Programa de Regionalização do Turismo, ano de 2004, o período anterior e o período de fim da dissertação de mestrado, início de 2010.

1.2 ORIENTAÇÕES DE PESQUISA.

Em entrevista concedida ao Círculo de Estudos Arquitetônicos, intitulada *Outros Espaços*⁴, Michel Foucault (2006) fala que a história teria sido a grande mania que obcecou o século XIX. Temas em torno do que estiveram obcecados os historiadores: desenvolvimento e estagnação, crise e ciclo, acumulação do passado, grande sobrecarga de corpos, resfriamento ameaçador do mundo. A época atual, de acordo com Michel Foucault, seria “talvez de preferência a época do espaço”. Temas sobre os quais remontam a pesquisas de espaço: justaposição, simultâneo, do próximo e do longínquo, do lado a lado, do disperso. De acordo com ele:

Estamos em um momento em que o mundo se experimenta, acredito, menos como uma grande via que se desenvolveria através dos tempos do que como uma *rede* que religa pontos e que entrecruza sua trama (FOUCAULT, 2006, p. 411).

Afirmar o mundo em termos de *rede* não é um modo de negar o tempo. Seria pelo contrário certa forma de tratar o que se chamaria tempo e o que se chama história. O tempo apareceria “como um dos jogos de distribuição possíveis entre elementos que se repartem no espaço” (FOUCAULT, 2006, p. 413).

Para Michel Foucault, o problema do espaço na atualidade, de maneira concreta, se coloca menos em termos de técnica, e mais em termos de demografia, consiste em saber quais as relações de vizinhança, o tipo de estocagem, circulação, localização, classificação dos elementos que são os homens; quais as disposições devem ser mantidas em situações específicas para que se chegue a um fim determinado. O espaço que se oferece a nós seria o espaço em que se manifestam relações de posicionamentos. Por posicionamento, Foucault (2006) entende:

[...] armazenagem da informação ou dos resultados parciais de um cálculo na memória de uma máquina, circulação de elementos discretos,

⁴ Esta é uma conferência realizada no Círculo de Estudos Arquitetônicos, em 14 de março de 1967. Michel Foucault somente autorizou essa publicação do texto escrito na Tunísia, em 1967, na primavera de 1984. Publicação original foi em: *Architecture, mouvement, continuité*, n. 5, outubro de 1984, p. 46-49.

com saída aleatória (como muito simplesmente os automóveis ou, enfim, os sons em uma linha telefônica), determinação de elementos, marcados ou codificados, no interior de um conjunto que é ora repartido ao acaso, ora classificado em uma classificação unívoca, ora classificado de acordo com uma classificação plurívoca etc (FOUCAULT, 2006, p. 412).

Realizar a descrição desses diferentes posicionamentos é buscar o conjunto de relações pelo que poderia definir esse posicionamento.

O espaço, no entanto, a que Foucault (2006) se refere nesta entrevista, não é o espaço de uma subjetividade ou o que ele chama de espaço de dentro. O problema que ele trata diz respeito ao espaço de fora, o espaço em que se vive, no qual ocorre a “erosão da vida”, espaço que é em si mesmo heterogêneo. Ele não é uma espécie de vazio, mas um conjunto de relações que definiriam posicionamentos por eles mesmos irreduzíveis e impossíveis de serem sobrepostos. Realizar a descrição desses diferentes posicionamentos é buscar o conjunto das relações que poderia definir esses posicionamentos.

Os espaços analisados por Michel Foucault estariam ligados a todos os outros e, no entanto, realizando a contradição de todos eles. Foucault (2006) os divide em dois grupos. De um lado, está a utopia e, de outro, a *heterotopia*. A primeira, ele diz que são posicionamentos sem lugar real. As utopias mantêm com o espaço real uma relação geral de analogia direta ou indireta e, no entanto, são espaços essencialmente irrealis. Já as *heterotopias* são lugares reais, efetivos e seriam delineados pela própria instituição da sociedade, mas diferentes das heterotopias, funcionam como contraposicionamentos. Melhor dizendo, elas são:

“[...] espécies de utopias efetivamente realizadas nas quais os posicionamentos reais, todos os outros posicionamentos reais que se podem encontrar no interior de uma cultura estão ao mesmo tempo representados, contestados e invertidos, espécies de lugares que estão fora de todos os lugares, embora eles sejam efetivamente localizáveis” (FOUCAULT, 2006, p. 415).

Para investigar esses espaços e realizar o que Foucault (2006) chama de *heterotopologia*, são definidos alguns princípios. O primeiro deles é o de que não há no mundo uma única cultura que não se

constituísse de *heterotopias*. O segundo é que cada *heterotopia* tem funcionamento que seria preciso e determinado no interior da sociedade. O terceiro princípio define a característica de poder justapor “em um só lugar real vários espaços, vários posicionamentos que são em si próprios incompatíveis, espaço que define posicionamentos contraditórios. O quarto princípio leva em conta que as *heterotopias* estão ligadas, mais frequentemente, a recortes de tempo e são uma espécie de heterocronia: “a *heterotopia* se põe a funcionar plenamente quando os homens se encontram em uma espécie de ruptura absoluta com seu tempo tradicional” (p. 418). O quinto princípio define a característica que tem uma *heterotopia* de supor um sistema de abertura e fechamento, que há de simultaneamente isolá-la e torná-la penetrável.

O último traço encerra o fato de que a *heterotopia*, em relação ao espaço restante, tem uma função. Ela se desenvolve entre dois pólos extremos e tem o papel de criar um espaço de ilusão. Mas esse é um espaço que denuncia como mais ilusório qualquer espaço dito real, qualquer espaço no interior dos quais a vida é compartimentalizada. De acordo com Michel Foucault (2006), os espaços por ele delineados não são *heterotopias* de ilusão, mas de compensação. Estes são, em alguns casos, lugares perfeitos, meticulosamente organizados, com a função de denunciar o quanto os outros lugares seriam desorganizados.

Em “Outros Espaços”, Michel Foucault (2006) define quais seriam os espaços que ele estaria interessado em pesquisar. São os espaços de fora, em si mesmo heterogêneos, marcado pela presença de relações e posicionamentos irredutíveis e justapostos. Espaços que, no entanto não seriam os da sociedade, mas espaços reais de compensação.

A noção de espaço trabalhada por Foucault (2006) tornou possível pensar o destino turístico como uma *heterotopia*. Considerou-se que ele é um espaço com uma função precisa no interior da sociedade; justapõe em um só lugar, vários espaços, incompatíveis, contraditórios; os quais estão ligados a uma espécie de heterocronia; supõe um sistema de abertura e fechamento que o isola e o torna penetrável. Seria ainda o espaço que tem como função criar uma situação de ilusão. Não uma ilusão irreal e sim de compensação, na qual há a função de denunciar a desorganização dos outros lugares da sociedade. O espaço do turismo é o espaço do meticuloso e da perfeição.

O processo de Regionalização do turismo, ou de criação de Regiões Turísticas, é uma estratégia que, para se realizar, dispõe da dinâmica de um *dispositivo* de poder, na forma como Michel Foucault o descreve. O *dispositivo*, neste trabalho, refere-se ao processo de turistificação de um destino turístico, que pressupõe diretrizes políticas

operacionais, difundidas e apoiadas por diversificadas formas de associação entre instâncias e aparelhos. O dito e o não-dito fazem parte desse *dispositivo*. O conjunto do processo é heterogêneo; são diversas as associações que o compõem. Há modificação de funções na passagem de um elemento a outro, assim como diferença de interesses para com o turismo, que é difundido em cada uma das organizações e instâncias; em cada um dos discursos, técnicas e práticas.

A *turistificação* de um destino ainda responde a uma urgência e tem função estratégica na sociedade. Opera a expansão da atividade turística na condição de uma indústria de lazer e entretenimento, tanto na Serra Catarinense quanto em Urubici. Indica, portanto, a orientação mercantilista da atividade, na medida em que dota o espaço capacitado para receber a massa flutuante advinda dos centros urbanos. A estruturação de um destino turístico, em um segundo momento, também pode ser considerada um dispositivo de controle-dominação. Sanadas as urgências iniciais no tocante à infraestrutura e acomodação turística, um destino turistificado torna-se meio de controle e regulação do fluxo. Como efeito da criação desses territórios turísticos, há o controle e regulação da massa populacional da localidade em que atua, o que acaba por determinar novas formas de relações sociais, novas formas de configurações locais.

Nesse sentido, o esquema utilizado para cartografar o jogo das relações turísticas no município de Urubici foi baseado na idéia de *dispositivo*. Consistiu em investigar as instâncias de produção discursiva do turismo com foco no município. O importante era trazer mais de uma instância que difundissem práticas diferenciadas para os turistas que surgem na cidade. Ao mesmo tempo, essas instâncias deveriam estar amparadas pelos discursos e estratégias de Regionalização do Turismo, um macroprograma do Ministério do Turismo que oferece diretrizes e recursos para o desenvolvimento regionalizado do turismo no Brasil. Com esse trabalho, o objetivo era observar como diferentes instâncias, com diferentes interesses, colocavam em prática o princípio de regionalização do turismo.

O modo de investigação adotado oferecia duas vantagens. Ao mesmo tempo em que “cercava” as práticas turísticas desenvolvidas pelas principais instâncias de produção discursiva, orientava a compreensão do turismo como uma prática múltipla. O turismo, em Urubici, implica diferentes sujeitos, com diferentes atividades, por meio de diferentes circuitos e roteiros turísticos. E os diferentes roteiros articulados ofereceriam uma “arquitetura”, um “desenho”, da dinâmica turística no município. O importante era observar o turismo como plural,

sem esquecer que as propostas de lazer estavam atravessadas pela proposta de Regionalização do Turismo.

1.3 PROBLEMATIZAÇÃO.

A pesquisa de mestrado abordou o turismo sob a perspectiva das relações de poder, da rede de mecanismos e relações implicados na produção de um destino turístico. Embora tome, como ponto de partida, o turismo desenvolvido em uma localidade, a partir dos princípios difundidos pelo Ministério do Turismo, este trabalho não aborda a perspectiva econômica ligada ao turismo.

Ainda que, no Brasil, as pesquisas realizadas em torno do tema “turismo” ainda sejam em pequeno número⁵, as críticas caracterizado-o como indústria para o desenvolvimento não são recentes no cenário internacional. Em meados do século XX, antropologia, sociologia, geografia⁶ apontavam os limites do turismo em sua perspectiva economicista. Indicavam, também, a quantidade de impactos que o turismo pode ocasionar na localidade receptora, seja no tocante à relação produtores turísticos/população local ou ainda àqueles desencadeados pelo encontro entre visitantes e visitados. Em muitos casos, diferente do que afirmam as teorias econômicas e os programas de governo, os resultados nem sempre trazem benefícios sociais⁷.

⁵ No Brasil, o turismo internacional de grandes proporções é um fenômeno novo. É, principalmente a partir da década de 1950, que ele vai ter grande repercussão no país (BARRETTO, 2006). Consequentemente, os estudos desenvolvidos sobre ele serão escassos. Mas o *boom* do processo de estruturação da prática turística em território nacional acontece mesmo na década de 1990, quando o Governo Federal investe em qualificação da mão-de-obra, dos destinos turísticos etc. (REJOWSKI, 2001). Nesta década, aumentam os cursos de graduação e pós-graduação voltados ao turismo em específico. Banducci Jr. (2001, p. 30) ressalta que as pesquisas sobre o turismo no Brasil são bastante escassas, excetuando-se a área específica do planejamento.

⁶ Embora o turismo tenha grande importância no mercado mundial é somente por volta da década de 1960 que antropologia e sociologia tomam-no como objeto de trabalho. Já a geografia especificamente realiza incursões sobre a temática desde muito cedo. A expressão “geografia do turismo” de acordo com Banducci Jr. (2001, p. 24) foi cunhada em 1905. Muito embora seja somente na década de 1960 que o tema na geografia ganhará destaque.

⁷ Textos como aqueles elaborados por De Kadt (1979) e Krippendorff (2009) trazem estudos sob perspectivas antropológicas e sociológicas que abordam os diversos lados do desenvolvimento do turismo em países de capital periférico. Destacam que criação de empregos e entrada de divisas não implicam necessariamente qualidade de vida. Em muitos casos a localidades receptoras, comunidades autóctones têm uma participação muito pequena nos lucros e no entanto, ficam com todo o ônus quando da emergência dos problemas resultantes do desenvolvimento turístico.

A perspectiva crítica de análise do turismo relaciona-o a um fenômeno social, de grandes proporções, decorrentes do desenvolvimento tecnológico e industrial das sociedades ocidentais modernas. Em geral, estudam-no sob diversos olhares e não o restringem às cifras numéricas que ele pode gerar⁸. Baseiam seus resultados não só em teorias e expectativas, mas em análises concretas, em estudos feitos sobre as localidades em que o turismo se desenvolveu. É importante, no entanto, mencionar que operar a perspectiva crítica de análise do turismo não significa reduzi-lo a uma atividade negativa em essência. Tal perspectiva desvia-se do debate maniqueísta sobre a atividade, que situa o turismo como algo bom ou ruim, tendência geral do debate na década de 1960 (BANDUCCI JR., 2001, p. 32), para pensá-lo dependente de diversos fatores condicionantes. É nesse percurso que a presente pesquisa de mestrado veio se inscrever.

Especificamente para o desenvolvimento da presente dissertação, o referencial teórico-metodológico esteve amparado pelos estudos realizados por Michel Foucault. No entanto, para além das questões levantadas por Foucault, como aquelas que envolvem noções como território e espaço social⁹, o olhar metodológico teve por orientação as pesquisas cartográficas realizadas na Argentina por Briones *et al* (2008). Em *Cartografias Indígenas: políticas indigenistas y formaciones provinciales de alteridad*, Briones *et al* (2008) trabalham o método cartográfico para efetuar o mapa das lutas em torno das questões de cidadania para populações originais.

De uma perspectiva política e social, as cartografias traçadas são inspiradas nos trabalhos de Lawrence Groosberg e efetuam uma crítica às políticas modernas de territorialização. Por três vias, Briones *et al* (2008) traçam geografias de inclusão e exclusão. Para os autores, as cartografias tratam de identificar sistemas de individualização e pertença dos indivíduos por meio de maquinarias, sejam elas: estratificadoras, diferenciadoras, territorializadoras. As maquinarias estratificadoras dão acesso a certo de tipo de conhecimento do mundo e de si mesmo. Elas produzem uma subjetividade de valor universal. As maquinarias diferenciadoras estão vinculadas a regimes de verdade

⁸ Em Luchiar (2000) estudar o turismo sob a perspectiva econômica é demasiado genérico. Em Rejowski & Barretto (2001) abordar o turismo exclusivamente pela esfera econômica é colocar ele mais distante do domínio de estudos das ciências sociais.

⁹ Acerca das noções de *espaço* e *território*, de acordo com Michel Foucault, assim como as noções de *ruptura*, *descontinuidade*, *enunciado* entre outras trabalhadas nos próximos capítulos desta dissertação, maiores esclarecimentos estão disponíveis na sessão Glossário de Termos Foucaultianos no Anexo A.

“responsables de la producción de sistemas de diferencia social e identidades - en nuestro caso, sistemas de categorización social” (p. 18). As maquinarias territorializadoras resultam de regimes de poder e implicam sistemas de circulação entre lugares¹⁰. De acordo com Briones (2008):

Alrededor de estos puntos – sostiene Grossberg – los sujetos articulan sus propios mapas de significado, deseo e placer, aunque siempre condicionados por la movilidad estructurada que resulta de estructuras ya existentes de circulación y acceso diferencial a un determinado conjunto de prácticas históricas y políticamente articuladas (BRIONES, 2008, p. 19).

Deslocada de um interesse econômico, a presente pesquisa de mestrado esteve centrada no turismo como uma produção histórico-geopolítica, atravessada por Políticas Públicas. Esteve direcionada a mapear as relações e mecanismos de poder existentes na constituição de um destino turístico; demarcar os espaços de circulação das práticas turísticas; identificar quais os discursos disseminados sobre o turismo, a fim de observar quais práticas são produzidas em Urubici, e quais turistas estão sendo demandados para o município. Deslocado de sua perspectiva econômica, o que se pretende é observar a realidade turística que é produzida por relações de saber-poder, a partir de investimentos políticos de caráter nacional.

1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.

A estruturação da dissertação está colocada da seguinte forma: o primeiro capítulo diz respeito à Introdução do trabalho e discute, de modo geral, o encaminhamento do trabalho de pesquisa. No segundo capítulo, estão expostas as propostas para o desenvolvimento do turismo de acordo com os Planos Nacionais de Turismo 2003-2007 e 2007-2010.

¹⁰ As três maquinarias trazidas por Briones (2008), baseadas no pensamento de Groosberg lembram os percursos metodológicos de Michel Foucault empreendidos principalmente em seus trabalhos das décadas de 1960 e 1970. Às maquinarias estratificadoras, poder-se-iam associar os conjuntos de saberes que Foucault estuda e o estatuto de verdades universais que eles levantam, a partir da modernidade. As maquinarias diferenciadoras teriam relação com as práticas divisoras, constitutivas de identidades, objetivadas por relações de poder. As maquinarias territorializadoras teriam proximidade direta com os trabalhos de Foucault, implicados em cartografias geopolíticas.

Nele, também estão colocados os princípios e noções para o desenvolvimento de um turismo regionalizado no país. O terceiro capítulo traz uma breve história das Políticas Nacionais de Turismo. A partir de alguns Planos e Programas, criados no decorrer dos últimos cinquenta anos, foi possível observar a passagem de um investimento político centrado em infraestrutura hoteleira para investimentos no turismo centrados na noção de território¹¹.

O quarto capítulo realiza uma análise arqueológica, a partir das edições especiais do Diário Catarinense; cartografa a emergência do destino turístico urubiciense, além de trabalhar a noção de *heterotopia* conforme Michel Foucault. O interesse foi o de relacionar a formação de um destino turístico com a composição de um território heterotópico, a partir de Michel Foucault.

O sexto capítulo traz uma análise genealógica da Instância de Governança da Serra Catarinense e das relações de força e jogos de poder envolvidos na produção do destino turístico “Urubici”. O material utilizado para a pesquisa foram documentos oficiais do turismo, atas de reunião das organizações e associações de agentes privados, programas e diretrizes de entidades políticas.

O sétimo realiza um mapa geopolítico das práticas turísticas no município. A ênfase recai sobre o campo de práticas turísticas disponíveis e que são produzidas por relações de saber-poder e instâncias de organização turísticas. A pesquisa foi realizada em sítios turísticos difundidos, por meio da Internet, por essas organizações.

O capítulo de Conclusão centra-se em apresentar relações a partir do que foi exposto nos capítulos anteriores. O objetivo foi realizar composições, oferecer perspectivas do turismo em Urubici, por meio das informações levantadas e propor algumas reflexões, a partir das análises: a produção turística, embora atravessada por políticas públicas, é de caráter local, realizada pela rede de instâncias e mecanismos de poder, inseridos na própria região turística; o destino turístico nunca é um espaço homogêneo, consistindo antes em espaço de múltiplos posicionamentos e de disputas *geopolíticas*; a constituição *heterotópica* de uma destinação turística, entre outras coisas, implica a produção política de subjetividades de compensação.

¹¹ A noção de território, de acordo com os documentos do Governo Federal, é trabalhada especificamente no segundo capítulo desta dissertação.

2 TURISMO: UMA ATIVIDADE ECONÔMICA?

2.1 TURISMO NO BRASIL: “INDÚSTRIA SEM CHAMINÉS”.

O turismo é uma atividade desenvolvida pela iniciativa privada. Na perspectiva do Governo Federal, tem a “missão” de participar no crescimento econômico de um país a fim de que produza dividendos sociais.

Em 2006, 5,7 milhões de pessoas atuavam em atividades relacionadas ao turismo. Isso representaria 10,1% do contingente de trabalhadores ocupados no setor de serviços e 6,1% dos trabalhadores do país¹² (BRASIL, 2008e).

Entretanto, para que o turismo se coloque como fonte geradora de riquezas, de acordo com o Ministério do Turismo, deve ser planejado, organizado e gerido. Para tanto, seriam necessárias políticas públicas claras somadas a investimentos públicos.

Entre os anos de 2003 e 2008, o Ministério do Turismo direcionou cerca de R\$4,5 bilhões para o setor. Essa quantia foi direcionada a ações e projetos de infraestrutura, qualificação e promoção. Com relação ao turismo, nas palavras do Ministro Luiz Barretto:

[...] a expectativa é de que, em alguns destinos, o turismo passe a posicionar-se como atividade de maior importância na formação do Produto Interno Bruto (PIB), o que significa sustentabilidade da economia e, sobretudo, garantia de empregos, ocupações, renda,

¹² Esse levantamento foi fruto de um acordo entre o Ministério do Turismo e o IBGE a fim de avaliar o impacto das atividades relacionadas ao turismo na economia do país. As Atividades Características do Turismo, consideradas pelo IBGE, seriam: serviços de alojamento, alimentação, transportes, além das atividades de agências de viagem e recreativas e do aluguel de bens móveis.

diminuição das desigualdades e da pobreza (BRASIL, 2008a, p. 9).

Além disso, seria importante que o Brasil alcançasse níveis internacionais de competitividade no turismo. O ano de 2014 se aproxima e, nesse período, em virtude da Copa do Mundo¹³, o “Brasil” pretende receber milhares de visitantes. Para o Governo Federal, (BRASIL, 2008a, p. 10) essa é a oportunidade única de “mostrar-se ao mundo como um País desenvolvido e qualificado para abrigar um evento de tão grande importância internacional”.

Para o Governo Federal, o Brasil é um país de extraordinária diversidade, seja biológica, paisagística, cultural e histórica. No entanto, está sob a égide de um quadro de subutilização de todo esse patrimônio e isso se deve ao fato de que turismo, em geral, não é feito somente de belas paisagens. Um conjunto de ingredientes é necessário para que a atividade venha a se dinamizar. Dentre os elementos para o desenvolvimento do turismo estão: infraestrutura de transporte, hospedagem, saneamento, comunicação, segurança, somados à divulgação adequada e ao comprometimento com a educação.

As propostas de fortalecimento do mercado interno têm relação com a geração de 1,7 milhão de empregos no setor, até o ano de 2010, além do que “aumentaria para 217 milhões o número de viagens no mercado interno”. A intenção do Governo Federal com o PNT 2007-2010 é atingir uma entrada de divisas de US\$ 7,7 bilhões para o Brasil.

O rol dos benefícios relacionados ao desenvolvimento do turismo, no entanto, não podem estar restritos à produção de divisas e distribuição de renda. O investimento que é feito tem a expectativa de democratizar a atividade turística. Dentre outros resultados, estudantes e aposentados poderiam conhecer o país a preços razoáveis.

No ano de 2007, já havia passado quatro anos desde a criação do Ministério do Turismo e do Plano Nacional de Turismo e, durante esse período, para o Governo Federal, o turismo deu um salto de qualidade e tinha se tornado uma das principais atividades econômicas do país. O turismo tornou-se o quinto principal produto na geração de divisas em moeda estrangeira para o Brasil e disputou a quarta posição com a exportação de automóveis (BRASIL, 2007). No sentido de manter e aperfeiçoar as iniciativas que já estavam em curso, em políticas

¹³ C.f. também em: BRASIL, 2008f, notícia em que o Ministério fala que a Copa representaria um salto de décadas no desenvolvimento do país.

e medidas adotadas pelo Ministério nos anos anteriores, em 2007, surgiu o *Plano Nacional do Turismo 2007/2010 – Uma Viagem de Inclusão*.

O Plano Nacional de Turismo, em vigor até o ano de 2010, consistiu em um instrumento de planejamento e gestão, a fim de induzir desenvolvimento por meio da geração de emprego e “inclusão social” no país. Esse desenvolvimento teria acontecido de dois modos. Em uma primeira via, a partir da produção de novos postos de trabalho, ocupação e renda. Em uma segunda via, o desenvolvimento teria vindo pelo consumo, na medida em que realizou uma absorção de novos turistas pelo mercado interno.

O Plano Nacional Turismo 2007/2010, de acordo com os documentos oficiais, avançou com relação aos planos anteriores na medida em que teve como prerrogativa a expansão e o fortalecimento do mercado interno. Com ele, a expectativa foi a de que o Brasil se consolidasse como um dos principais destinos turísticos mundiais. A fim de que as medidas por ele propostas tivessem continuidade, o Plano Nacional de Turismo (2007-2010) consistiu mais em instrumento estratégico que em carta de intenções. O Plano, a propósito, foi uma forma de consolidar e sistematizar as propostas da Política Nacional de Turismo.

2.2 PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – ROTEIROS DO BRASIL.

No ano de 2003, houve a criação do Ministério do Turismo e o Governo Federal priorizou o turismo como elemento propulsor do desenvolvimento econômico do país. Em abril do mesmo ano, como respostas a essa proposta, o Plano Nacional do Turismo foi lançado. Suas premissas consistiram em:

[...] parceria e gestão descentralizada; desconcentração de renda por meio da regionalização, interiorização e segmentação da atividade turística; diversificação dos mercados, produtos e destinos; inovação na forma e no conteúdo das relações e interações dos arranjos produtivos; adoção de pensamento estratégico, exigindo planejamento, análise pesquisa informações consistentes; incremento do turismo interno; e, por fim, o turismo como fator de construção da cidadania e integração social (BRASIL, 2004a).

O *Plano Nacional de Turismo – Diretrizes, Metas e Programas* 2003/2007 colocou o turismo como uma das prioridades da gestão política e operou medidas de regulação e estímulo da atividade em território nacional. Definiu, para tanto, sete Macroprogramas estruturantes: 1. Gestão e Relações Institucionais; 2. Fomento; 3. Infraestrutura; 4. Estruturação e Diversificação da Oferta Turística; 5. Qualidade do Produto Turístico; 6. Promoção e Apoio à Comercialização; 7. Informações Turísticas.

Dos objetivos e estratégias dos macro-programas derivam diretrizes e programas operacionais que, articulados são capazes de responder a demandas nacionais para a consolidação do turismo no país (BRASIL, 2004a).

Um ano depois, “em nome da sociedade brasileira” (BRASIL, 2007), o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil foi apresentado, pautado nas orientações do Plano Nacional de Turismo 2003/2007. As bases do Programa de Regionalização derivam do Macroprograma 4.

Nesse ínterim, oportunidades foram produzidas para que as ações relacionadas ao turismo fossem repensadas, ajustadas. Um dos aspectos considerados positivos foi o modelo de gestão amparado no conceito de Regionalização. Noções como território e arranjos produtivos, rede, tornaram-se, desse modo, eixos base dos macroprogramas do Plano. Os ajustes realizados teriam garantido uma política pública “mobilizadora”, o que permitiu a flexibilidade, o atendimento de múltiplas questões que acabaram por interferir no equilíbrio social e econômico de comunidades, municípios, estados e do país.

O Programa de Regionalização – Roteiros do Brasil, de acordo com o Governo, foi o reflexo de uma construção coletiva. Participaram dos debates representantes do *trade turístico*¹⁴, da área acadêmica, organizações de agricultores, ribeirinhos, quilombolas, indígenas, extrativistas. Associados em torno do Programa de Regionalização do Turismo, tais agentes tiveram a função, a “missão”, de transformar a

¹⁴ *Trade Turístico*: “conjunto de agentes, operadores, hoteleiros e prestadores de serviços turísticos, que incluem restaurantes, bares, redes de transporte, etc” (BRASIL, 2008c, p. 119).

realidade do país, a partir de uma distribuição equânime de riquezas por meio do turismo.

Dirigido para mercados competitivos, o programa esteve “afinado” à perspectiva de desenvolvimento sustentável. O que teria sido isso? Mudanças na estrutura do governo que garantiram “novos critérios de ação e negociação coletiva” e transformaram o país em oportunidades nos mercados mundiais. De outro modo, tornaram-se formas de fazer do turismo uma atividade redutora da pobreza, por meio de planejamentos sistemáticos, compartilhados e coletivos.

As agendas nacional e internacional, de acordo com o Ministério, têm destacado tolerância e respeito às diferenças. A sustentabilidade, nesse quadro que insere o turismo na perspectiva de mercados globalizados e competitivos, está diretamente relacionada ao modelo de gestão voltado para o interior dos municípios. Está voltada à manutenção de riquezas ambientais, materiais, patrimoniais, para as populações, associada ao discurso de fazer o contraponto aos prejuízos impostos pela modernização¹⁵. O modelo de gestão compartilhada colocaria em prática esse propósito, na medida em que traz órgãos administrativos e deliberativos mais próximos dos locais de elaboração do produto turístico. O planejamento é então construído a partir das especificidades locais, pela via do desenvolvimento regional, a fim de que haja uma oferta de produtos e serviços diversificados. Um modo, aparentemente eficaz, de atender os níveis de qualidade exigidos pelos mercados internacional e nacional.

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil foi uma proposta que influenciou na percepção daqueles que atuaram no processo de formulação, mobilização, execução e comercialização do produto turístico. Isso, sem deixar de lado, os instrumentos de política e de gestão pública. Foi, portanto, um modelo de desenvolvimento integral, dentro de uma perspectiva de igualdade de oportunidades. Uma forma, diria o documento de Estado, possível de reafirmar as formas de existência das comunidades e as relações de poder que as unem e as distanciam.

¹⁵ Não é interesse deste texto discutir se o discurso do Governo Federal é verdadeiro ou não, se condiz com a realidade. Mas somente entender quais as relações possíveis entre conceitos a partir do documento do Ministério.

2.3 CONCEITOS, FUNDAMENTOS, ESTRATÉGIAS.

Transformação produtiva, sentimento de fazer parte, construção coletiva do desenvolvimento sustentável. Esses seriam os “ingredientes” necessários para repensar o modelo de desenvolvimento turístico do país, a fim de atender às necessidades requeridas pela ordem internacional globalizada, que impôs a “ótica dos mercados mundializados e competitivos e o acesso a novas tecnologias” (BRASIL, 2004a). Após o processo de articulação em torno do princípio de desenvolvimento sustentável, fora necessário ordenar e aproximar interesses. A noção de Regiões Turísticas foi elaborada nesse sentido:

As inter-relações e o processo de integração que ocorrem nesses territórios são capazes de gerar produtos e serviços complementares para a diversificação da oferta turística, traduzindo-se em oportunidades de negócios e de desenvolvimento humano (BRASIL, 2004b).

Os benefícios relacionados à economia de mercado tiveram como foco as populações. Para tanto, identificou-se como estratégico o planejamento participativo, derivado de particularidades e especificidades, organizado por meio de Fóruns Estaduais de Turismo e seguindo as orientações da Organização Mundial de Turismo (OMT).

O modelo de gestão regionalizado apresentou as seguintes estratégias: a) estrutura de coordenação municipal, regional, estadual e nacional; b) aplicação de instrumentos metodológicos; c) inventário da oferta turística; d) definição, estruturação e avaliação de roteiros; mobilização e organização local com foco na região; e) sistema de informação; exame do contexto de mercado e oferta de produtos e serviços particulares e diferenciados.

Já os aspectos determinantes no processo de globalização, sob a ótica de mercado foram: a) aumento da competição econômica; b) assemelhação dos produtos quanto a padrões de qualidade, preço e de acesso; c) perfil do consumidor mais consciente e exigente; d) além de atributos intrínsecos ao produto, busca de valores e conceitos tangíveis e intangíveis que definiriam a decisão do consumo.

No Programa que implementou o processo de turistificação de um destino turístico (BRASIL, 2004a), mudanças conceituais formaram os pilares de sustentação desse “movimento ousado de alterar as bases”. O modelo de gestão pública era descentralizado, coordenado, integrado,

baseado em princípios de flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação. Regionalizar era transformar a ação centrada na unidade municipal e estendê-la a uma região que agrega municípios. A noção de região aqui é diferente da macrodivisão administrativa adotada no país, a saber, regiões Norte, Nordeste, Sul, Sudeste, Centro-Oeste. O conceito de região está relacionado a um “esforço coordenado de ações integradas entre municípios, Estados e países”.

Uma noção importante para a concepção do princípio de regionalização é a de *território*. A partir dos documentos do Ministério do Turismo, território é:

[...] como espaço e lugar de interação do homem com o ambiente, dando origem a diversas formas de se organizar e se relacionar com a natureza, com a cultura e com os recursos de que dispõe (BRASIL, 2004b).

A noção de território abordada pelo Ministério supunha formas de organização a fim de superar a visão estritamente setorial do desenvolvimento. Incorporou, por isso, para o desenvolvimento do turismo, arranjos produtivos locais e regionais, a fim de estabelecer vínculos capazes de inserir as unidades produtivas de base familiar, micro e pequenas empresas, sendo esta, uma estratégia com a qual o Governo Federal faria do turismo o reflexo do bem-estar das populações.

Os efeitos positivos do Programa, desse modo, foram dependentes da incorporação do território socialmente organizado. O modelo administrativo, antes centrado no município, esteve, a partir de 2007, direcionado às “características históricas, culturais, ambientais, humanas, sociais, econômicas e políticas” (BRASIL, 2004a). O objetivo do processo de desenvolvimento do turismo fora o de constituir um conjunto de relações de interdependência além das fronteiras geográficas. Os efeitos a que o Programa se refere estiveram, para tanto, relacionados à capacidade de as populações locais agirem com criatividade, transformar o modelo mental que rege sua atividade, por meio da produção de conhecimento, e aproveitando as inovações geradas pelo tecido produtivo. Território, portanto, entendido como agente de transformação social e não como espaço físico.

Integrar, cooperar são ações que envolveriam antes de tudo parcerias e são resultado da articulação de agentes sociais envolvidos com o turismo, dentre eles: organizações da sociedade, instâncias de

governo, empresários e trabalhadores, instituições de ensino, turistas e comunidade.

Como instrumento da ação mobilizadora e de cooperação, o Governo dispôs do planejamento estratégico, um processo de ação contínua com o intuito de “contornar” dificuldades, a saber:

[...] incertezas, riscos, descontinuidade, choque de interesses. A resistência à mudança, a estabilidade da implementação e a legitimação tornam-se pontos sensíveis que devem ser negociados prioritariamente (BRASIL, 2004b).

Os princípios norteadores do planejamento estratégico estiveram orientados por: a) Unidade, que seria ação orientada entre as partes de um plano, tais como estratégia, objetivos, metas etc.; b) Previsão: princípio a partir do qual é possível neutralizar conflitos; c) Flexibilidade: modo pelo qual as ações são reorientadas a fim de que se enfrentem possíveis mudanças no ambiente; d) Descentralização: envolvimento de todos os níveis e setores da sociedade; e) Participação: diz respeito a um papel propositivo aos segmentos; f) Territorialidade: demanda a preservação da identidade e o respeito pelas especificidades próprias às relações de cada ambiente, sejam elas, políticas, econômicas, sociais e ambientais.

Uma região turística, formada a partir da noção de território, com características próprias e organizadas em torno de uma unidade política, não seria efetiva caso não fizesse a devida difusão de suas características. Os novos padrões de consumo, de acordo com os documentos do Ministério do Turismo, apresentavam a tendência a uma oferta qualificada e personalizada. Para tanto, a racionalização que norteou essa divulgação foi a de uma segmentação turística. Em outras palavras, implicou a comercialização das características locais por meio de informações dirigidas a públicos específicos.

2.4 CONSTITUIÇÃO DAS REGIÕES TURÍSTICAS.

A seleção de regiões turísticas pelas Unidades Federativas destacou a estruturação e o desenvolvimento turístico. Para alcançar o resultado de Regiões Turísticas, foram realizadas oficinas nos estados brasileiros e Distrito Federal, entre os dias 15 de março e 07 de abril do ano de 2004. As oficinas fizeram a identificação e o diagnóstico do

primeiro “Mapa de Regionalização”. Constavam, naquele momento, 219 regiões turísticas, compreendendo 3.203 municípios/distritos nacionais.

O passo seguinte, nas ações do Ministério, a partir desse trabalho, foi o de selecionar as regiões que estivessem em um estágio mais avançado de desenvolvimento. Esta seleção foi apresentada no primeiro Salão do Turismo – Roteiros do Brasil, que se realizou em junho de 2005, no estado de São Paulo. Nesse ano, 451 roteiros foram apresentados referentes a 134 regiões turísticas. A partir desse exposto, 116 roteiros foram visitados e estudados pela empresa de consultoria Chias Marketing. Essa análise produziu subsídios para a elaboração do “Plano de Cores do Brasil, um plano de marketing nacional. Além do que ofereceu uma base para a estruturação e qualificação dos roteiros visitados.

Passado algum tempo, algumas adequações foram necessárias, por solicitação das Unidades Federativas. O Estado de Santa Catarina foi uma das Unidades Federativas que pleiteou alteração na divisão regional que o Ministério havia sugerido. O estado antes era dividido em três regiões e, a partir de uma interferência da organização estadual, teria se configurado oito regiões turísticas no Estado (CORREIO LAGEANO, 2008). De acordo com Henz (2009), o estado já trabalhava com Regiões Turísticas há cerca de vinte anos e o mapa da regionalização do Ministério foi adaptado ao esquema já existente no estado¹⁶.

A partir disso, o Ministério formulou novamente, por meio de oficinas de planejamento e avaliação das regiões turísticas, as regiões antes mapeadas. O período em que as oficinas aconteceram foi de agosto a novembro de 2005. O resultado foi um mapa com 200 regiões turísticas, que abarcam 3.819 municípios (Figura 4).

Quando da primeira convocação do Ministério do Turismo para divisão dos estados em Regiões Turísticas, em 2004, o estado de Santa Catarina foi dividido em oito regiões, a saber: Grande Florianópolis, Costa Verde Mar, Vale do Contestado, Vale Europeu, Serra Catarinense, Encantos do Sul Catarinense, Caminhos do Príncipe, Caminho dos Cânions (SANTA CATARINA, 2010a). Após o ano de 2007, o estado ficou com nove regiões turísticas. Somou-se às oito anteriores, o Grande Oeste Catarinense (Figura 5).

¹⁶ Conforme Henz (2009), embora o Ministério do Turismo tenha solicitado aos estados mapas de suas regiões turísticas, oferecendo apoio para realização, todo o processo foi realizado independente de cada estado. O estado de Santa Catarina menciona que as orientações de regionalização no estado se baseiam nas orientações do Ministério, mas indiretamente.

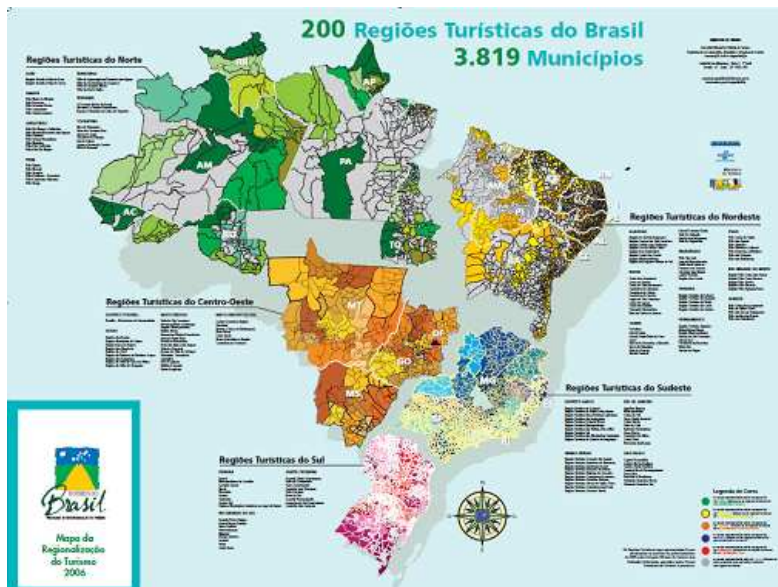


Figura 4 - Mapa da Regionalização Final.

Fonte: Brasil (2005).

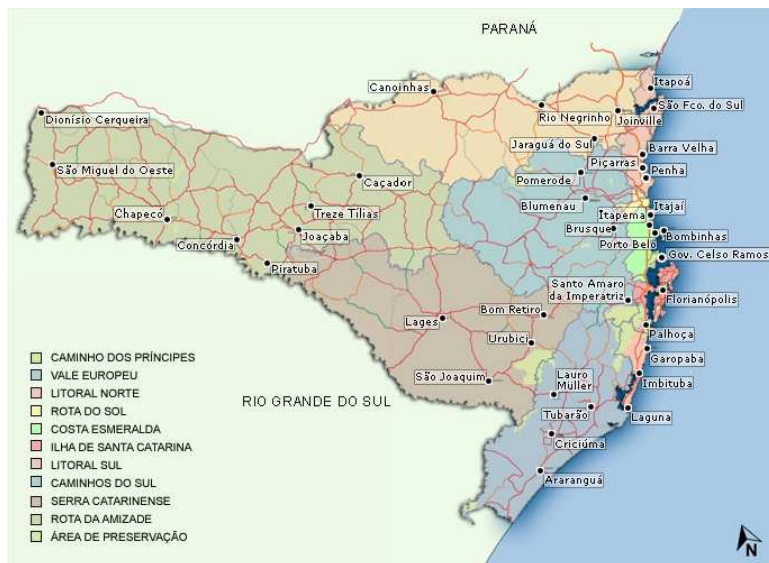


Figura 5 – Mapa da Regionalização do Estado de Santa Catarina.

Fonte: Guia Santa Catarina (2010).

2.5 INTERLOCUTORES E INSTÂNCIAS POLÍTICO-GESTORAS.

As Diretrizes Políticas do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil contou com interlocutores como entidades vinculadas ao Ministério; não restritas a ele e as com relativa independência. As ações para concretização do modelo de Regionalização, a partir de um novo quadro de relações sociais, estiveram articuladas às seguintes entidades: Conselho Nacional de Turismo, Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, Fóruns Estaduais de Turismo, Conselhos Municipais de Turismo, parceiros e comunidades.

Para que fosse atingido o padrão de qualidade para os produtos turísticos, as ações definidas pelas diretrizes políticas necessitaram de estratégias. Para tanto, foi desenvolvido a noção de “gestão coordenada”, que considerou a organização de infraestrutura política, técnica e administrativa que permitisse, em um primeiro momento, a execução competente da proposta e, em um segundo momento, a busca de investimentos específicos compatíveis com o estilo de gestão “baseado no compartilhamento e participação, nas parcerias e instituições” (Brasil, 2008a, p. 8).

O modelo de gestão pública descentralizado teria abarcado todas as esferas institucionais e políticas, a fim de que se alcançasse a comunidade. Para cada nível, o programa coordenou instituições e ações correspondentes.

Em âmbito Nacional, existe o Ministério do Turismo, apoiado pelo Conselho Nacional de Turismo. A instância nacional teve, por função deliberativa de planejamento e de coordenação, articulações e negociações de recursos, monitoramento, produção e disseminação de dados. Em âmbito estadual, o Órgão Oficial de Turismo, apoiado pelo Fórum Estadual de Turismo tinha por função formular diretrizes e estratégias; formular e executar o planejamento; negociar recursos; coordenar ações de âmbito local ou regional; monitoramento e avaliação; produção e disseminação de informações.

Em um nível regional, o Governo deliberou a criação da Instância de Governança, a ser definida e estruturada no processo de implementação do programa e apoiada pelo Órgão Oficial de Turismo em conjunto com o Fórum Estadual de Turismo. Suas funções girariam em torno da mobilização do conjunto de parceiros; integração das ações intraregionais e interinstitucionais de modo a se constituir instância

gerenciadora; planejamento das estratégias operacionais; acompanhamento e avaliação;

A unidade de turismo municipal atuaria em âmbito local, apoiada na Instância de Governança local. Dentre as principais funções, constavam a mobilização dos segmentos organizados para debate e encaminhamento de propostas; integração dos setores, sociais, políticos, econômicos; participação em debate e formulação de estratégias locais a fim de consolidar a região; planejamento e execução de ações locais; avaliação das etapas de execução.

No estado de Santa Catarina, os Interlocutores encarregados de orientar a execução de objetivos comuns foram a Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte, na função do Secretário de Turismo; o Órgão Oficial de Turismo: SANTUR - Santa Catarina Turismo S/A, nas funções de presidente, gerente e diretor de planejamento. Estas duas últimas funções interlocutoras foram institucionalizadas, por meio de Indicação Oficial, no ano de 2007.

No documento que trata das Diretrizes Operacionais do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (BRASIL, 2004b), considerou-se que o envolvimento dos Órgãos Oficiais de Turismo das Unidades Federadas do País e a associação a outros parceiros, fora fundamental para todo o processo. Isso, em virtude do conhecimento acumulado, de esforços e experiências, amparados por princípios de flexibilidade, sem o estabelecimento de padrões ou modelos específicos.

As diretrizes operacionais do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil são constituídas por nove Módulos: Sensibilização; Mobilização; Institucionalização da Instância de Governança; Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional; Implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional; Sistema de Informações Turísticas do Programa; Roteirização Turística; Promoção e Apoio à Comercialização; Sistema de Monitoria e Avaliação do Programa. Os Módulos são distintos e não são necessariamente sequenciais. Um dos princípios fundamentais para a implementação do Programa de Regionalização é que este esteja de acordo com o estágio de desenvolvimento do local em que será realizado.

2.6 INSTITUCIONALIZAÇÃO DA INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA.

A governança é o exercício de poder compartilhado, meio a partir do qual os agentes sociais têm a possibilidade de contornar os problemas que nascem das diferenças. O termo, em si, poderia ser entendido como “a capacidade que os governos têm de criar condições de responder às demandas da sociedade” (BRASIL, 2008b, p. 100).

As Instâncias de Governança podem ser públicas, privadas, de capital misto. O corpo de agentes pode ser composto pelas seguintes categorias: empresas, associações, agências locais e regionais de governo, centros tecnológicos, universidades, agências de desenvolvimento, entre outros. A produção é resultado da organização das atividades. Aliás, ações de coordenação, de acompanhamento e de gestão seriam de fundamental importância para o avanço do Programa de Regionalização – Roteiros do Brasil.

Dentre as bases de uma Instância de Governança estão a transparência e a representatividade dos setores envolvidos com o turismo. O modelo, a partir do qual essas bases são elaboradas, firmadas, é o das práticas, das experimentações e aprendizagens. As ações de uma instância não são resultado de receitas de como se resolvem questões relativas ao turismo. Alguns objetivos para institucionalização da instância tinham relação com a criação de comunicação regional para operacionalização do programa; com a coordenação do processo de regionalização do turismo; com a descentralização das ações, deslocando-as da União para o estado e, posteriormente, às regiões turísticas.

Compõem as estratégias de uma Instância: organizar e coordenar os diversos agentes a fim de que trabalhem com o foco centrado na região turística, embora ainda preze pelas especificações dos municípios; avaliar e apoiar os projetos elaborados pelos diversos agentes; mobilizar parceiros regionais; participar do planejamento e apoiar a gestão dos roteiros; acompanhar, monitorar e avaliar estratégias; captar recursos; integrar ações intrarregionais e interinstitucionais.

Um ponto importante a se considerar é que, embora o foco estivesse centrado na região, para que fossem produzidos resultados positivos, as propostas de regionalização deviam se fundamentar “nos interesses e propostas estabelecidos no âmbito municipal” (BRASIL, 2008b, p. 104). Foi preciso que houvesse clareza na comunicação dos

municípios componentes da região, mesmo que representado pelos diferentes segmentos.

A formação de um colegiado participativo foi a condição, base comum, às diferentes Instâncias de Governança. Foi a partir desse colegiado que o princípio de descentralização veio a se materializar. O processo de criação desse colegiado teve seu início por meio de um representante do Órgão de Turismo do Estado ou do Fórum Estadual de Turismo. Palestras, reuniões, seminários, oficinas, configuraram alguns dos instrumentos que auxiliaram o processo de institucionalização da Governança. Caso a Instância já existisse, o trabalho se converteria em um fortalecimento do colegiado e deliberação de mais uma competência: a de coordenar o Programa de Regionalização do Turismo.

As Instâncias puderam assumir estrutura e caráter jurídico diversos, sob as formas de fóruns, conselhos, associações, comitês. A Instância de Governança da Serra Catarinense assumiu a forma de um Conselho. Sua atuação não esteve restrita à função de assessoramento, mas também relacionada à participação na formulação de projetos e atividades relacionadas à política de desenvolvimento do turismo regional. Regimento interno e estatuto foram os instrumentos necessários para consolidar o Conselho.

O exercício eficaz de um Conselho envolveu os seguintes atributos: dar sequência às propostas, contribuições e sugestões de conselheiros; captar recursos públicos e privados; assegurar a condição paritária com relação às decisões, forma pela qual os membros tenham condições similares de acesso às informações; criar pré-requisitos mínimos a fim de que se entenda melhor a função que cada conselheiro vai exercer; definir um código de ética; monitorar e avaliar a atuação dos conselheiros.

No estado de Santa Catarina, a Instância de Governança da Serra Catarinense foi a primeira a ser instalada. Especificamente, isso aconteceu em abril do ano de 2008, na cidade de São Joaquim. Naquele momento, foram iniciados os seus trabalhos com a realização de reuniões periódicas, nas quais foram definidas as prioridades de ações na região da Serra Catarinense (CORREIO LAGEANO, 2008).

2.7 CONSERRA – CONSELHO DE TURISMO SERRA CATARINENSE¹⁷.

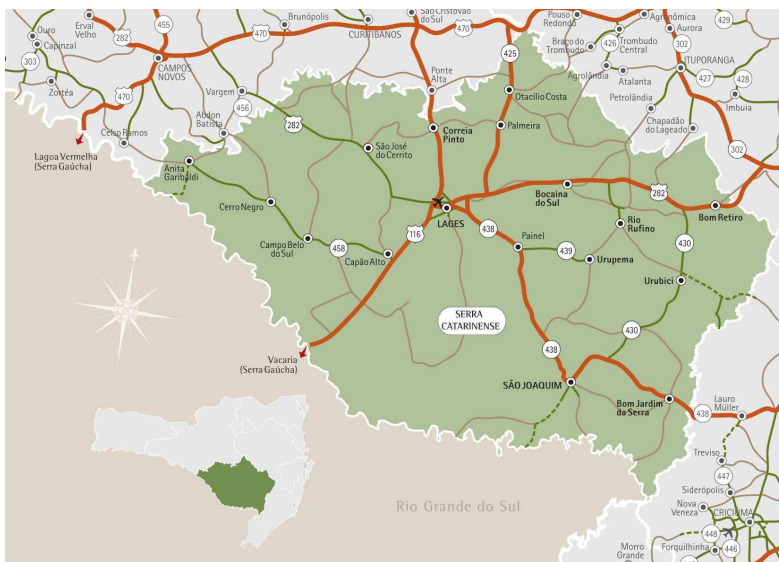


Figura 6 – Mapa da Serra Catarinense. Inclui os seguintes municípios (esquerda para direita): Anitá Garibaldi, Cerro Negro, Campo Belo do Sul, Capão Alto, São José do Cerrito, Correia Pinto, Palmeira, Otacílio Costa, Lages, Paineira, Bocaina do Sul, Rio Rufino, Urupema, São Joaquim, Bom Retiro, Urubici, Bom Jardim da Serra.

Fonte: Santa Catarina Brasil (2010a).

CONSERRA¹⁸ é uma entidade civil e direito privado e sem fins lucrativos. Tem por missão contribuir para o desenvolvimento do turismo sustentável na Serra Catarinense. Para tanto, oferece proposições e análises de políticas, planos e projetos, pela articulação entre agentes governamentais, empresariais e sociedade civil. Os componentes do Conselho são formados pelos municípios da Região Turística da Serra Catarinense (Figura 6). A duração do conselho é por tempo indeterminado.

¹⁷ Estatuto ConSerra, aprovado em Assembléia Geral, no dia 14 de abril de 2009.

¹⁸ A sede do CONSERRA é a Praça João Ribeiro, n. 28, Bairro Centro, São Joaquim. Pode manter outros escritórios e representações em municípios componentes do Conselho. Por ocasião de decisão em reunião, a sede do CONSERRA pode ser transferida para outros municípios. Atualmente, a sede oficial do CONSERRA está no Convention & Visitors Bureau Serra Catarinense.

O CONSERRA é composto por Assembleia Geral, Conselho Fiscal, Diretoria Executiva. Para a Assembleia, que constitui o órgão máximo de deliberação, é necessária a presença de um conselheiro por entidade. Esse conselheiro tem mandato de um ano, podendo ser mantido a depender do interesse da entidade.

A condição de um município fazer parte do CONSERRA é a de manifestação em reunião, aprovação em Assembleia e necessária composição da Região Turística da Serra Catarinense.

As reuniões do CONSERRA realizam-se em caráter ordinário trimestralmente, nos meses de fevereiro, maio, agosto e novembro. O local, a data e a hora são indicados em convocação emitida pela Secretaria do Conselho. O presidente da organização é eleito entre os seus membros, e terá mandato de dois anos, podendo ser reeleito por mais um ano de mandato nas funções que lhes cabiam.

O Conselho de Turismo Serra Catarinense é uma das formas possíveis de se organizar uma Instância de Governança. O que o torna um Conselho é o caráter jurídico que a organização assume, não deixando, no entanto, de assumir as funções que uma Instância deve assumir. Desse modo, o Conselho é uma Instância de Governança Regional e como tal é uma organização representativa dos poderes público e privado, sociedade e municípios componentes. Sua principal função é promover a interlocução regional a fim de operacionalizar o Programa de Regionalização do Turismo. As ações desenvolvidas em âmbito regional são coordenadas a partir dos princípios de descentralização do processo gestor do turismo paralelo a um alinhamento da política de turismo regional, que envolve estados e municípios, com a política de turismo empreendida pelo Governo Federal.

Participam das decisões de uma Instância de Governança Regional, promovendo a interlocução regional: Secretarias de Desenvolvimento Regionais, Secretarias Municipais de Turismo, Empresas, Associações, Agências locais e regionais de Governo, Centros Tecnológicos, Universidades, Agências de Desenvolvimento, Sindicatos, Clubes de Serviço, Órgãos de comunicação, *Trade* Turístico, Câmaras Legislativas.

Embora trabalhe com ações e projetos juntos aos municípios, o CONSERRA (ou a Instância de Governança Serra Catarinense) tem uma implicação política no que concerne ao turismo de ordem macroestrutural. O princípio de descentralização da política nacional de turismo, desloca as ações de coordenação do processo da União para o Estado e deste para a Serra Catarinense.

A descentralização do turismo é encaminhada por meio das seguintes instâncias: na Coordenação Nacional, o Ministério do Turismo; na Coordenação estadual, os Secretários Estaduais de Turismo; na Coordenação Regional, as Instâncias de Governança; na Coordenação Municipal, os Conselhos Municipais de Turismo. Quanto à orientação de estratégias dos Planos, as instâncias são: Ministério do Turismo, Secretaria do Estado de Turismo, Cultura e Esporte, Gerências de Políticas de Turismo, Assessorias Estratégicas. A representação política do processo de Regionalização do Turismo se dá pelo Presidente da República, Ministro do Turismo, Governador do Estado, Secretário de Turismo, Esporte e Cultura, Prefeito de São Joaquim, Secretaria de Turismo do Destino Indutor, Senadores, Câmaras de deputados estaduais e federais.

No âmbito da Região Turística da Serra Catarinense, a participação política se deu pela AMURES (Associação dos Municípios da Região Serrana); Gerentes de Turismo, Cultura e Esportes; UVERES (União de Vereadores da Região Serrana de Santa Catarina); Secretarias Regionais e FECAM (Federação Catarinense de Municípios).

O Conselho de Turismo Serra Catarinense é também um órgão deliberativo. Ele define prioridades e ações para as Secretarias de Turismo dos municípios. Esse é o modo de exercício do princípio de alinhamento das políticas regionais como o planejamento desenvolvido pelo Governo Federal. No caso específico da Região da Serra Catarinense, foram criadas câmaras¹⁹ para estudos de temas que fossem apresentados pelos conselhos municipais. As reuniões para debates de propostas são mensais, ordinárias, com calendário pré-estabelecido. A metodologia de trabalho consiste em uma articulação entre Conselhos Municipais, Câmaras e Conselho Regional. Aos conselhos municipais cabe atuar de forma a dinamizar os esforços das atividades direcionadas ao turismo e ao receptivo. As Câmaras Temáticas recebem dos municípios ações, necessidades, projetos de curto, médio e longo prazo. O Conselho, por fim, organiza essas ações, necessidades e projetos e faz deles prioridade por ordem de importância regional.

Os municípios integrantes²⁰ do Conselho de Turismo Serra Catarinense são: Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Lages, Lauro Miller

¹⁹ As Câmaras de estudos temáticos são: Análise e proposição de políticas, planos e projetos; Regionalização e segmentação; Qualificação de serviços e equipamentos turísticos; Promoção e apoio a comercialização; Articulação; Planejamento e gestão do conselho (CONSERRA, 2009b).

²⁰ Esses municípios não coincidem com os municípios da Região Turística Serra Catarinense.

(Condutor), Rio Rufino, São Joaquim (indutor), São José do Cerrito, Urubici, Urupema.

Em cada município, existe um Conselho Municipal da Instância de Governança. É composto pela prefeitura, empresários, câmara de deputados, entre outras entidades representativas. Em Urubici, por exemplo, o Conselho Municipal da Instância de Governança é composto pela Prefeitura de Urubici, Secretaria de Turismo, dois Empresários e Presidente da Câmara de Vereadores.

Colocar em prática o Programa de Regionalização do Turismo implica ter alguns objetivos que busquem nortear ações pontuais. Seria possível dividir o campo dos objetivos do CONSERRA a partir de três dimensões, que podem ser determinadas através do foco que o Conselho estabelece para sua atuação. Essas dimensões poderiam ser a deliberativa, colaboradora e conscientizadora. Na primeira dimensão, estariam Instâncias de Turismo, sejam elas municipais, estaduais, federais, internacionais, públicas ou privadas. Compete ao CONSERRA promover a manutenção de intercâmbio e articulação entre elas, no intuito de produzir ações de cunho propositivo, tanto para a formulação de diretrizes para o turismo como para a captação de recursos.

Em uma dimensão de colaboração, estaria a parceria com os municípios, em que caberia “opinar sempre, sobre o planejamento e a execução orçamentária dos municípios da sua atuação, mediante a apresentação de planos ou projetos turísticos” (CONSERRA, 2009a, p. 2). Haveria o caráter de orientação no tocante ao encaminhamento de ações municipais para o turismo. Dentre outros objetivos estariam ainda auxiliar na implementação de uma política de incentivos ao turismo, principalmente no que diz respeito ao turismo de segmento²¹, a saber: turismo rural, ecológico, aventura, cultural etc. e promover elaboração e divulgação do calendário de eventos nos municípios e região. Embora os agentes sociais devam trabalhar com o foco na Serra Catarinense, é preciso que se considere a especificidade de cada município.

A dimensão conscientizadora que o Conselho articula para promoção do turismo, tem como foco a população. Os objetivos do Conselho são: promover a profissionalização do turismo por meio de cursos de qualificação, debates, palestras e informações de interesse turístico; participação em campanhas públicas de conscientização,

²¹ Segmento Turístico, para o Ministério do Turismo, é uma forma de “organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os diferentes segmentos são estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta de serviços e atrativos turísticos e da variação da demanda por esses elementos” (BRASIL, 2008a, p. 176).

orientação e educação para orientação da população no processo de desenvolvimento do turismo; buscar a melhoria da qualidade de vida da população, seja ela fixa ou itinerante; manter política de turismo e preservação ambiental de modo compatível;

O Planejamento Estratégico do Turismo Regional, Objetivos e Ações para o ano de 2008, dentre outras coisas, contemplava efetuar transformação das câmaras temáticas em conselhos municipais, estando em sintonia com o Ministério do Turismo; definir identidades turísticas dos municípios; conhecer e discutir o plano de marketing regional; elaborar o plano diretor municipal de turismo; aprimorar capacitação profissional dos envolvidos nos trabalhos; envolver e comprometer a comunidade com o turismo; estimular a preservação do patrimônio cultural e natural.

O que vimos até agora é a predominância do foco econômico para o turismo nos documentos oficiais. Independente das origens institucionais dos documentos, o que predomina é o interesse pelo desenvolvimento e crescimento da atividade. Estão ressaltados aumento do emprego, geração de renda, ocupação da população inativa, principalmente quando o foco de desenvolvimento é o estado ou a região. Mas, além destes, quando se fala em turismo, argumenta-se que, com a implementação da atividade, há aumento da balança comercial, entrada de divisas estrangeiras, melhoria da qualidade de vida da população brasileira. Este, no entanto, não será o foco central deste trabalho. Como já foi dito, o que se procura é investigar o processo de turistificação envolvido na constituição de destino turístico municipal. Processo que não é só econômico, mas múltiplo, envolvendo diversos fatores condicionantes. O centro das investigações da presente dissertação esteve voltado para as relações de saber-poder e implicações geopolíticas e de modos de subjetivação que se apresentaram na produção do espaço turístico no município de Urubici.

3 HISTÓRIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL.

A importância de analisar as Políticas Públicas Nacionais de Turismo, no decorrer da segunda metade do século XX e início do século XXI, é mostrar o movimento da passagem de um investimento político centrado em “turismo de hotelaria” para o turismo como “articulação de uma *rede*”. O que talvez pudesse também ser chamado de passagem de uma política de investimento fiscal na construção de infraestrutura hoteleira para políticas e programas centrados na constituição turística de espaços territoriais. O que a história das Políticas Públicas faz observar é a mudança de foco nos investimentos políticos, no tocante ao turismo. No decorrer de quase sessenta anos, a partir dos documentos oficiais, foi possível observar a emergência da noção de território e a consideração da infraestrutura hoteleira como parte do espaço turístico a ser constituído. Foi possível identificar algumas rupturas, deslocamentos, condições de possibilidade no campo discursivo, que puderam ser destacadas e colocadas como fundamentais para emergência de Políticas e Planos Nacionais de Turismo.

Tomando como ponto de partida para essa leitura, a ideia de rupturas no nível do discurso, foi possível observar que os focos que emergiram estiveram relacionados a modelos específicos de administração dos investimentos políticos. Quando da primeira Política Nacional de Turismo até o final da década de 1980, o foco político esteve centrado em promover infraestrutura hoteleira. Nesse mesmo período, o modelo de gestão das atividades turísticas era o centralizado, modelo em que uma única instância resolve pela elaboração, aplicabilidade e execução de uma política. Já, a partir de 1990, as ações para o turismo não estão mais associadas a um único órgão que cria e implementa as políticas. A partir da década de 1990, o que se tem é cada vez mais as três esferas de poder atuando em conjunto para o desenvolvimento do turismo. Outra ruptura, no entanto, pôde ser identificada quando as Políticas se direcionaram a um processo interiorização do turismo. Elas não estiveram mais restritas às articulações políticas circunscritas às capitais do país ou às áreas

especializadas. Municípios e regiões figuram como “protagonistas” no fenômeno do desenvolvimento turístico.

No entanto, a partir do ano de 1996, outro deslocamento foi importante para o encaminhamento das ações de governo. Nesse momento, os Planos Nacionais de Turismo, como já foi dito, não se ocupavam somente em delimitar os espaços para a realização do turismo ou em financiar a implantação de infraestrutura hoteleira. Há, nesse período, sobretudo, a indicação de instrumentos que operacionalizem o desenvolvimento do turismo nesses espaços. O Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), por exemplo, trabalha com Oficinas para formação de monitores municipais; o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, com as Instâncias de Governança Regionais.

Nessa passagem das políticas aos planos de turismo, estratégias de governo, embora os focos de ação tenham sofrido modificações, os discursos econômicos sobre o desenvolvimento do turismo continuaram relativamente os mesmos. Estão relacionados à promoção da indústria do turismo, ao aproveitamento dos recursos naturais como forma de atrativo turístico, à qualificação de recursos humanos e melhoria da infraestrutura turística. Com o passar do tempo, o discurso oficial traz a valorização e preservação dos recursos naturais e culturais; a colocação do homem como objetivo final da atividade turística; o incentivo cada vez mais regionalizado da atividade turística; a descentralização da gestão do turismo nas três esferas de poder; o exercício das ações governamentais pelo turismo em articulação com outras esferas da sociedade. Isso talvez possa significar que, embora os discursos associados ao desenvolvimento do turismo continuem relativamente parecidos – em torno da indústria turística –, as estratégias para desenvolvê-lo tenham mudado no decorrer de pouco mais de meio século.

A breve história das Políticas e Planos de turismo no Brasil, elaborada a seguir, buscou destacar quatro momentos das estratégias de planejamento. Desde o lançamento da primeira Política Nacional de Turismo (1966), o foco de investimento turístico foi deslocado quatro vezes, sendo que os dois últimos podem ser considerados desdobramentos do segundo. De início, as Políticas Nacionais de Turismo estiveram centradas no desenvolvimento de hotéis e redes hoteleiras. Esse foi o período específico compreendido entre as décadas de 1960 e 1990. Depois, no início da década de 1990, o foco dos investimentos políticos foi direcionado ao desenvolvimento do território turístico. No decorrer dessa década, e como um primeiro desdobramento

estratégico do interesse político no território, o município emerge como destino turístico a ser desenvolvido. Outro desdobramento do interesse político no território ocorre na década de 2000. Tem-se a ocasião em que as políticas tornam enfática a criação e estruturação das Regiões Turísticas. A presente dissertação se ocupa do desenvolvimento do turismo referente à terceira fase das Políticas Nacionais de Turismo trabalhadas nessa sessão.

3.1 BREVE HISTÓRIA DO TURISMO NO BRASIL.

O turismo, como fenômeno social, começou, no Brasil, em 1920. De acordo com Barretto (2006), um dos marcos foi a criação da sociedade brasileira de turismo em 1923, que depois veio a se tornar o Touring Clube. O turismo surgiu vinculado ao lazer, não chegando a ter o cunho de aventura ou de educação como aconteceu na Europa. Na década de 1950, um grande contingente internacional passou a viajar, o que acabou por produzir um turismo em grande escala e massificado em várias partes do mundo.

Conforme Cruz (2002), o turismo de litoral configura a principal modalidade de turismo no país e acaba por se realizar na porção mais urbanizada do território nacional. Para a autora, não se trata de uma coincidência, visto que, para o turismo, e em específico aquele de grandes proporções, precisa-se de infraestrutura para seu desenvolvimento. No caso do Brasil, as localidades turísticas com maior índice de urbanização ficam no litoral. O turismo interno, inter e intraregional só veio a se consolidar após o processo de urbanização do país.

Aos poucos, no entanto, o turismo no país foi se interiorizando. No processo de disseminação e integração do turismo em território nacional, um fator preponderante foi a ampliação e melhoria da malha rodoviária brasileira. Essa integração começou a ser esboçada por volta da década de 1960. No Brasil, embora sempre houvesse um estímulo ao crescimento dos fluxos turísticos internacionais, Cruz (2002) afirma que o fluxo de turistas nacionais ainda é maior.

Para Cruz (2002), o turismo no país esteve muito condicionado à história das políticas públicas urbanas. Estas últimas foram de caráter setorial e, por isso, sempre estiveram desarticuladas a outras políticas. Para ela, o turismo sofreu dos mesmos problemas. Nas suas palavras, “[...] um melhor desempenho econômico do turismo no Brasil depende das políticas urbanas e regionais que venham a ser levadas a cabo no país” (p. 35). Em virtude da ausência de concatenação destas políticas, o

turismo acabou por se caracterizar pela espacialização de territórios. Em outras palavras, o turismo brasileiro esteve vinculado à criação de espaços exclusivos para o uso turístico, ou a um “confinamento territorial”. O investimento político e econômico direcionado ao turismo pelas políticas públicas foi, por muito tempo, principalmente entre as décadas de 1960 e 1990, ao turismo de hotelaria.

3.2 PASSAGEM DO TURISMO COM FOCO EM INFRAESTRUTURA HOTELEIRA PARA O TURISMO COM FOCO NO TERRITÓRIO TURÍSTICO.

A Política Nacional de Turismo começa com a promulgação do Decreto-lei 55, de 18 de novembro de 1966 (BARRETTO, 1996). Além de definir a Política Nacional, ele cria órgãos como a EMBRATUR, na época, Empresa Brasileira de Turismo, e o CNTur, Conselho Nacional de Turismo. É a partir desse decreto que o turismo começa a ser reconhecido como atividade capaz de atenuar os desníveis regionais encontrados na nação. A forma de valorização era por meio de incentivos fiscais e repercutia principalmente nas regiões norte e nordeste (CRUZ, 2002).

A política nacional, naquele momento, dizia respeito às iniciativas ligadas à indústria do turismo, originárias tanto do setor privado como do setor público. No decreto, as iniciativas no tocante ao turismo poderiam ser isoladas ou coordenadas. Desse modo, essas iniciativas não precisavam estar consoantes com os objetivos estabelecidos pela política nacional. No ano de 1967, quando da promulgação do diploma legal que regulamentava o decreto, essas iniciativas, para serem contempladas por uma política nacional, precisavam ser iniciativas integradas com a política nacional.

O mesmo decreto cria o Sistema Nacional de Turismo composto pelo CNTur, pela EMBRATUR e pelo Ministério das Relações Exteriores. A criação do Sistema Nacional de Turismo levou a reformulação de diretrizes para o turismo e foram instituídas no ano de 1958. Essas diretrizes acabaram por configurar a primeira política de turismo nacional e tinham os seguintes objetivos: coordenar as ações de todos os organismos envolvidos com o turismo; estimular a formação de correntes turísticas internas e externas; diligenciar serviços turísticos a fim de elevar a qualidade do acontecimento; propiciar a formação profissional adequada. Esses objetivos tinham relação com a organização do setor, no que diz respeito às ações do poder público. De acordo com Barretto (1996), dentre as diretrizes ainda figuravam:

proteção ao patrimônio natural; divulgação e promoção dos valores culturais; apoio à hotelaria de turismo; apoio às agências de viagem.

Conforme Cruz (2002), algumas diretrizes da Política Nacional de Turismo encontravam-se diluídas nos objetivos que norteariam as ações do CNTur e da Embratur. Dentre eles, identifica-se: promover e executar obras de infraestrutura para finalidades turísticas; aproveitar recursos naturais; assentar lineamentos a fim de dar homogeneidade às terminologias da indústria turística; inferir regulamentação das atividades e profissionais ligados ao turismo; criar condições de melhoria dos recursos turísticos; fiscalizar as ações da indústria turística de acordo com a legislação em vigor.

No ano de 1968, a resolução 31, do CNTur, estabelece o Plano de Prioridade de Localização de Hotéis de Turismo, que orientaria a aplicação dos incentivos fiscais previstos nos artigos 25º e 26º do Decreto-lei 55/66. No geral, o plano define as áreas privilegiadas para receberem auxílios fiscais. Seriam elas: Capital Federal e capitais dos demais estados brasileiros e dos territórios; estâncias hidrotermais, estações climáticas e balneárias; cidades históricas; regiões adjacentes dos aeroportos internacionais e eixos viários; Parques Nacionais e demais áreas onde existam “ocorrências naturais com caráter de excepcionalidade e interesse turístico” (CRUZ, 2002, p. 54); outras localidades de comprovado interesse turístico.

O Plano de Prioridade de Localização de Hotéis de Turismo deveria ser provisório tendo seu tempo de vigor até a criação do Plano Nacional de Turismo – PLANTUR. No ano de 1969, e instituída pelo CNTur, a Resolução CNTur 71 trouxe as indicações necessárias para a elaboração do PLANTUR (1969²²). Este tinha por objetivos o desenvolvimento do turismo receptivo para geração e captação de divisas; o incremento do turismo interno; o desenvolvimento do turismo, a fim de estimular atividades correlatas, gerando novas oportunidades de trabalho; o estímulo aos investimentos privados; a concessão de estímulos fiscais e outras facilidades que venham propiciar condições favoráveis aos empreendimentos turísticos.

Para Cruz (2002), o caso do PLANTUR (1969) foi o de um plano em que definição, diretrizes, objetivos e metodologia encontravam-se descritos detalhadamente. No entanto, ele não foi executado. Com base nos dados trazidos pela autora, o PLANTUR estimulava o desenvolvimento do turismo para além da infraestrutura

²² Cruz (2002) denomina os Planos Nacionais de Turismo de PLANTUR. Para que seja possível diferenciá-los, serão colocados entre parênteses os anos de suas publicações.

hoteleira. Talvez aqui houvesse o início do estímulo ao desenvolvimento do turismo centrado no território e não só em “espaços especializados”. O PLANTUR direcionava incentivos fiscais e demais facilidades para a canalização de empreendimentos turísticos em áreas que precisassem dela ou que apresentassem condições favoráveis. De outro modo, propunha o estímulo do turismo baseado em atividades que fossem correlatas ou decorrentes deles. Essa característica mostra um deslocamento do investimento público para o desenvolvimento de infraestrutura de apoio, não só de infraestrutura especificamente turística. Com esse deslocamento, o Governo Federal objetivava promover absorção de mão-de-obra a fim gerar oportunidades de empregos no mercado de trabalho.

Entre as décadas de 1960 e 1990, nenhum outro plano com o detalhamento que apresentava o PLANTUR (1969) foi elaborado. Isso resultou em uma Política Nacional de Turismo restrita a incentivos financeiros e fiscais, “que se direcionavam especialmente ao setor hoteleiro” (CRUZ, 2002, p. 56). Até o ano de 1992, vigoraram os princípios e diretrizes que colocavam em vigor o Plano de Prioridade de Localização de Hotéis de Turismo.

De acordo com Barretto (1996), um órgão que exerceu bastante influência no direcionamento das ações para o turismo foi a EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo), principalmente entre as décadas de 1970 e 1990. Na década de 1970, por meio de suas ações, os portões de entrada em Manaus, Recife, Fortaleza, Belém e Salvador foram criados. Nesse momento, começaram também os pacotes para viagens ao Norte e Nordeste. No ano de 1980, é criada a linha de crédito, por intermédio do Banco do Brasil, para financiar o turismo estadunidense. Tenta-se um *pool* com outros países da América Latina, mas ele não dura um ano (BARRETTO, 1996).

No ano de 1982, dá-se início aos projetos para implantação de terminais de turismo social, por meio de convênio entre a EMBRATUR e o Ministério do Trabalho. Em 1983, a EMBRATUR dá início a um projeto de captação turística de fluxo específico estadunidense. O objetivo havia sido o de atrair o público mais sofisticado daquele país. Foi também criada a tarifa ponto-a-ponto, incluindo cidades europeias, que oferecia um desconto de 40% nas tarifas em geral. Naquele ano, também foi instituído o passaporte turístico para estrangeiros, que possibilitava “descontos em lojas e assistência médico-hospitalar” (BARRETTO, 1996, p. 96).

No ano de 1986, o Passaporte Brasil é instituído para o público interno e estimulava-se a criação albergues da juventude. Em 1989, é

instituído o dólar turismo. O intuito era oficializar o superávit da balança comercial com a indústria turística. Em 1984, junto à EMBRATUR, passa a existir orientação para inclusão do treinamento de mão-de-obra dentre as prioridades de infraestrutura.

Segundo Barretto (1996), há uma divergência entre aquilo que dispõe a política nacional de turismo e o que coloca em prática a EMBRATUR. Durante vinte anos de exercício, entre as décadas de 1970 e 1990, de todas as políticas que a empresa publicou esteve em foco apenas a promoção do “produto Brasil no exterior” (p. 98).

No que se refere ao desenvolvimento das ações pela EMBRATUR, a autora se refere à falta de profissionalismo presente na empresa e que, de certo modo, também permeia todo o setor turístico. Mas existiriam outros problemas dentro da EMBRATUR para que essa característica do turismo brasileiro fosse a principal difundida. Embora junto à EMBRATUR houvesse direções para o desenvolvimento de um turismo de baixo custo, o que se vê, a partir de suas práticas, é o estímulo do turismo menos acessível à população. De 1980 a 1983, por exemplo, cresce, em porcentagem, hotelaria de quatro estrelas em 64% e as de uma e duas estrelas, respectivamente, 33% e 34%. Para Barretto (1996), uma das razões desse quadro de contradições brasileiras é o foco dos investimentos direcionados à perspectiva desenvolvimentista do turismo que, de acordo com a autora, é comprovadamente inadequado para tirar um país do subdesenvolvimento.

Em 1991, começa aquela que Cruz (2002) chamou de terceira fase das Políticas Nacionais de Turismo do país. É nesse ano que acontece a reformulação da EMBRATUR. Ela deixa de ser uma empresa pública para se tornar uma autarquia especial e passa a se chamar Instituto Brasileiro de Turismo. Passa a ser função da EMBRATUR “formular, coordenar, executar e fazer executar a Política Nacional de Turismo – PNT”.

No ano de 1992, a lei 8.181 é regulamentada pelo Decreto 448 de 14 de fevereiro. Ele estabelece como finalidade da Política Nacional de Turismo o desenvolvimento da atividade turística e o respectivo equacionamento como fonte de renda nacional. As diretrizes dessa política colocam a prática turística como forma de promover a valorização e preservação do patrimônio natural e cultura do país, assim como o meio de valorização do homem como destinatário final do desenvolvimento turístico.

Dentre os objetivos desta nova Política Nacional de Turismo, encontram-se a necessidade de democratizar o acesso ao turismo por meio da incorporação de diversos segmentos populacionais, a redução

de disparidades sociais e econômicas de ordem regional e a geração de empregos. Associadas a estas duas propostas iniciais, existia ainda o interesse em aumentar os fluxos turísticos e a taxa de permanência e gasto médio de turistas estrangeiros no país. Em ambos os casos, o aumento seria por meio de divulgação do produto brasileiro em mercados de potencial emissivo internacional e através da diversificação do fluxo turístico. O intuito era direcionar o fluxo turístico às regiões com melhor nível de desenvolvimento. Há, nesse momento, no campo da estruturação turística, uma reformulação e modernização dos territórios para atender às demandas dessa parcela populacional. Aparece também o foco na regionalização de alguns atrativos e produtos turísticos, indicando uma política, de acordo com Cruz (2002), de seletividade espacial para o exercício do turismo.

A Política Nacional de Turismo, do ano de 1992, trouxe uma característica para o desenvolvimento que já constava no PLANTUR de 1969, mas que não foi colocada em prática. Há nitidamente o interesse no desenvolvimento de um território turístico. Se não de forma detalhada, como vai acontecer com o Programa de Municipalização do Turismo (PNMT) e depois com o Programa de Regionalização do Turismo, a Política Nacional de 1992 dá início a um processo de que vai crescer cada vez mais. Com a intenção de diversificar o mercado do turismo, associado ao processo de interiorização do mesmo no Brasil, cada vez menos o turismo estará vinculado ao espaço hoteleiro para estar associado a um espaço territorial.

No ano de 1992, foi criado também o PLANTUR, Plano Nacional de Turismo. Tinha por objetivo a implementação da Política Nacional de Turismo. Tratava-se de um Plano detalhado de ações a serem deflagradas pelo poder público federal. O PLANTUR (1992) foi composto de sete programas, quais sejam: Programas de Polos Turísticos; Programa de Turismo Interno; Programa Mercosul; Programa Ecoturismo; Programa Marketing Internacional; Programa Qualidade e Produtividade do Setor Turístico; Programa Formação de Recursos Humanos para o Turismo.

Nesse período de criação do PLANTUR (1992), a política Nacional de Turismo não havia sido implantada e desse modo suas ações ficaram restritas aos objetivos, diretrizes e regulamentação econômica do setor. Dentre as diretrizes do PLANTUR (1992), estavam a preservação e valorização do meio ambiente e recursos; eficiência administrativa; interação e trabalho cooperativo com outras esferas e instâncias governamentais (iniciativa privada, bancos e organismos

internacionais); “execução de ações pela iniciativa privada e atividade de fomento e de suporte pelo Governo” (CRUZ, 2002, p. 61).

No que diz respeito aos objetivos, o PLANTUR (1992) almejava não só ordenar ações, no sentido de diversificação dos produtos, geração de empregos e divisas, melhor distribuição da renda e proteção ao meio ambiente e ao patrimônio cultural como também constituir referencial para ações do setor privado, oferecendo subsídios para o planejamento e execução de suas atividades. Nesse Plano, o governo sugere instrumentos para auxiliar no planejamento e execução das ações das empresas. Há aqui a necessidade de orientação das atividades ligadas ao turismo. De acordo com Cruz (2002), o PLANTUR (1992), no entanto, não chegou a sair do papel, tal qual o plano de 1966. Isso se deve, principalmente, ao fato de que o Plano Nacional de Turismo, que deveria ser instrumento de efetivação das Políticas Nacionais de Turismo, é instituído antes dela. Em retrospectiva pode-se dizer que, por mais de 20 anos os Planos de Turismo não efetivaram seus princípios e políticas de ação. O PLANTUR, de 1969, não chegou a ser instituído. Somente suas diretrizes foram criadas pela resolução CNTur 71 e mesmo assim não foi executado. O PLANTUR, de 1992, foi criado, mas não foi aplicado.

No ano de 1996, durante o primeiro mandato do Governo Fernando Henrique Cardoso, é preconizada nova Política Nacional de Turismo pelo Decreto 448/92. O documento que a cria, de acordo com Cruz (2002), é o mais completo e detalhado documento oficial. É ele que cria o PNMT (Programa Nacional de Municipalização do Turismo) que será desenvolvido no próximo item. Neste último PLANTUR, estava pontuada a necessidade de diversificar as atividades produtivas nacionais e a difusão de potencialidades naturais para aproveitamento turístico. O Brasil nesse momento ganhava importância de destino tropical alternativo para o mercado turístico internacional.

Os objetivos da Política Nacional de Turismo eram a ordenação das ações do setor público, a fim de utilizar os recursos públicos para o bem-estar social; a definição de parâmetros para o planejamento e a execução das ações dos governos estaduais e municipais e a orientação referencial para o setor privado. As ações da PNT, do ano de 1996, buscavam, entre outras coisas, maior eficiência no gerenciamento da atividade turística. Para tanto, foram organizadas em torno de quatro estratégias.

O ordenamento, desenvolvimento e promoção da atividade turística, no sentido de uma articulação entre o governo e a iniciativa privada, configurou uma das macroestratégias do PNT (1996). Outra

macroestratégia dizia respeito à qualificação dos recursos humanos envolvidos no setor. Compôs ainda o conjunto das macroestratégias do PNT (1996), a descentralização da gestão turística, por intermédio do fortalecimento dos órgãos estaduais e municipais, e a municipalização do turismo como transferência de atribuições do estado para outros setores da economia, por meio da terceirização de atividades. Além destas, houve um interesse crescente pela implantação de infraestrutura básica e infraestrutura turística adequada às potencialidades regionais.

A segunda metade da década de 1990, no campo do turismo, fica marcada pela ênfase cada vez maior no turismo centrado no território ou no espaço territorial. O que vai acontecer, nos quinze anos que seguem o PLANTUR 1996, é uma especificação dos territórios que receberão auxílio do governo. Se, antes, o território, em 1969, aparecia como potencialidade a ser desenvolvida, no sentido de geração de empregos associados à infraestrutura de apoio, em 1994, com o PNMT, ele passará a ser delineado pelos limites municipais. Já com a Regionalização do Turismo, iniciada em 2004, o foco é no desenvolvimento de Regiões Turísticas, estratégia utilizada, já na década de 2000, pelo governo federal que, no entanto, começou a ser delineada na década de 1990 e iniciada com o projeto de um turismo municipalizado.

3.3 DESLOCAMENTO DE FOCO: PROGRAMA NACIONAL DE MUNICIPALIZAÇÃO DO TURISMO (PNMT).

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) configura uma espécie de malha fina no processo de desenvolvimento do turismo no Brasil. São diretrizes, princípios, ações que coordenam as atividades e um número sobressalente de instrumentos que articulados atuam no estímulo à difusão do turismo. Ele teve sua criação datada de agosto de 1994, pelo Ministério do Esporte e Turismo, durante o governo Fernando Henrique Cardoso (BRASIL, 2002) e seu lançamento é anterior ao processo de implementação da Política Nacional de Turismo, que aconteceu em 1996. O PNMT foi um programa que visava “à conscientização, à sensibilização, ao estímulo e à capacitação dos vários monitores municipais”.

No ano de criação do Programa, a EMBRATUR²³ (Instituto Brasileiro de Turismo) identificou, no tocante à implementação do

²³No ano de 2003, data da criação do Ministério do Turismo, a EMBRATUR teve suas atribuições direcionadas para a promoção do turismo internacional. No ano de 2009, a

turismo, cerca de 700 municípios com potencial de desenvolvimento. Em 1994, somente trinta destinos eram divulgados e comercializados no país. Os outros destinos passavam por situações que precisariam de modificações porque tanto os recursos precisariam ser transformados em produtos turísticos, como os destinos precisariam passar por um processo de municipalização do turismo, que deveria envolver as comunidades e oferecer “condições necessárias para a sua inserção no mercado turístico nacional e/ou internacional” (BRASIL, 2002).

A referência, para a estruturação do turismo nos municípios, esteve pautada nos instrumentos disponibilizados pela Organização Mundial do Turismo (OMT) os quais, no entanto, foram adequados à realidade brasileira. O intuito foi o de constituir um novo modelo de gestão da atividade turística, que fosse simplificado e uniformizado, a fim de atender estados e municípios de maneira integrada, na busca pela maior eficiência, eficácia e efetividade no processo de administração da atividade turística. A metodologia de trabalho colocada em prática envolvia o planejamento participativo para a formação da equipe técnica que haveria de operacionalizar o programa.

Um pressuposto importante para a defesa de uma atividade turística planejada e eficiente era o de que soluções e caminhos percorridos fossem encontrados pelos moradores dos municípios²⁴. De acordo com os documentos oficiais, só eles sabem o que é melhor para o turismo municipal, “porque são eles que efetivamente conhecem o local onde moram”. Esse controle, por parte dos munícipes do processo de implementação do turismo, seria decorrente do modelo de gestão descentralizado.

O enfoque participativo envolveu a realização de “Oficinas de Capacitação”²⁵, consideradas as principais ações do programa. Tratava-se de grupos de trabalho, com atividades orientadas por perguntas ou documentos. Todos aqueles que compunham os grupos propunham

EMBRATUR é “uma autarquia especial do Ministério do Turismo responsável pela execução da Política Nacional de Turismo no que diz respeito a promoção, marketing e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional”. A ampliação de fluxo turístico internacional haveria de produzir, de acordo com o Ministério, desenvolvimento social e econômico para o Brasil (BRASIL, 2009).

²⁴ De acordo com o Ministério do Esporte e Turismo, não há produto sem serviço. As soluções e caminhos abarcam abertura de vias de acesso, sinalização, guia e hospedagem.

²⁵ As Oficinas seriam orientadas por um moderador, profissional com formação no método ZOPP (Planejamento de Projetos Orientados por Objetivos). Dentre as funções do moderador estariam assessorar o grupo; mobilizar conhecimento; facilitar o intercâmbio horizontal a fim de estimular o debate entre os participantes; introduzir recomendações e técnicas e contribuir para a criação de um ambiente “agradável para interação e cooperação”.

também a construção do conhecimento, decorrente da realidade individual. Os resultados obtidos nas oficinas foram considerados processuais e por isso puderam sofrer reajustes, mudanças, novas interpretações.

A metodologia foi justificada na medida em que todos os participantes das atividades contribuem para a construção do conteúdo, a fim de que se chegue a um consenso no grupo sobre as decisões tomadas. Objetivava-se com isso eliminar as dispersões produzidas pelos conflitos e consequentemente tornar efetivos a assimilação das informações e o estabelecimento de “missões, etapas e tarefas práticas a serem cumpridas no desenvolvimento da rotina de trabalho” (BRASIL, 2002).

A descentralização administrativa configurou a estrutura do programa e era composta por comitês estaduais, cujos propósitos foram acompanhar, avaliar, coordenar e monitorar as ações do PNMT nos municípios componentes de um estado. Somados a estes, a proposta de descentralização comportou comitês municipais, os quais eram compostos por representantes locais da sociedade e dos segmentos “que têm impactos direto (*sic!*) na atividade turística municipal”. Essa estrutura teve como objetivo trazer, em um primeiro plano, os anseios da comunidade para as discussões; em um segundo, as decisões que abarcassem o desenvolvimento de ações para o incremento da atividade turística e, em terceiro, produzir acompanhamento e a fiscalização dessas ações.

No ano de 2000, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo sofreu algumas alterações em virtude do PPA 2000-2003²⁶. Essas transformações disseram respeito ao acréscimo de ações que apresentaram “despesas de capital” ao PNMT. Nesse sentido, além de “Oficinas de Capacitação”, foram oferecidos outros produtos a partir do desenvolvimento do programa, quais sejam: a) estudos realizados para o desenvolvimento do turismo sustentável local; b) artesãos apoiados financeiramente para a compra de matéria-prima; c) estímulo à diversificação no uso de materiais e formas ao produto artesanal; d) centros implantados de formação para o turismo (Liceu de Artes e Ofícios para o Turismo); e) produtos turísticos formatados; f) estudos realizados acerca da gestão da limpeza urbana e sistemas de

²⁶Plano Plurianual (PPA), criado na constituição de 1988, dispõe sobre como se dará a alocação de recursos de orçamento em um período de quatro anos. Na proposta apresentada para o quadriênio 2000-2003, pela primeira vez, são previstos investimentos que estarão sob responsabilidade de estados e municípios e ainda são previstos os investimentos do setor privado (PIVA, 1999).

acondicionamento, coleta, disposição final e tratamento de resíduos sólidos urbanos implantados em municípios turísticos, uma vez que o lixo é a segunda maior reclamação feita por turistas estrangeiros em viagem por nosso país; g) infraestrutura turística ou urbana de interesse do segmento recuperada e municípios atendidos com a promoção do turismo sustentável local.

O PNMT foi um programa definido a partir dos seguintes objetivos: promoção do desenvolvimento do turismo sustentável local; atuação junto à sociedade civil organizada; geração de emprego e de renda duradouros; trabalho com a autoestima do cidadão local; estruturação e organização de segmentos que tiveram impactos diretos na atividade turística regional; realização do “resgate de valores sociais, históricos, culturais e políticos dos municípios que detém potencial para o desenvolvimento do turismo”; desenvolvimento do pensamento estratégico coletivo, a partir do qual a comunidade traçaria um cenário ideal e propício para o desenvolvimento da atividade.

O Ministério de Esporte e Turismo, em 2002, destacou que o programa foi o maior esforço feito no Brasil para o desenvolvimento do turismo sustentável. Com o trabalho desenvolvido, o programa conseguiu:

[...] articular nacionalmente, regionalmente e localmente, parcerias e convênios com universidades, associações de profissionais e patronais, associações comunitárias, órgãos da administração pública direta e indireta, empresas, fundações e entidades do terceiro setor (BRASIL, 2002).

Até 2002, um ano antes do término de vigência, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo tinha sido desenvolvido em 497²⁷ municípios e suas comunidades correspondentes, conscientizadas para a importância do turismo como fator de desenvolvimento econômico. Setores e segmentos diretamente ligados à atividade turística teriam sido estruturados e organizados. Conselhos Municipais,

²⁷Dos 497 municípios, em que as comunidades foram conscientizadas, 96 receberam o Selo de Ouro do Turismo e os outros 401 foram “agraciados” com o Selo de Prata do Turismo. Tais selos tratam de uma categorização dos municípios; o Selo de Ouro é um modo de indicar os municípios que já estão implementando seus planos de desenvolvimento do turismo e o Selo de Prata indica os municípios em que os planos estão em processo final de elaboração. Ao final de 2003, o programa tem como meta proposta o número de 550 municípios agraciados pelo Selo de Ouro do Turismo.

do mesmo modo, constituídos e compostos por representantes dos segmentos das comunidades. Fundos Municipais de Turismo foram instituídos no intuito de proporcionar “condições de gerenciamento e implementação das ações que nortearam o turismo municipal”.

O resultado, no entanto não foi o esperado. Acreditava-se que a expressividade dos resultados seria maior se não fossem três motivos: falta de recursos resultantes dos contingenciamentos²⁸, quando da execução do programa no decorrer de três anos (2000-2002); em 2001, o programa “perdeu o status de programa estratégico” (BRASIL, 2002) do governo, condição alcançada no ano de 2000, que trouxe como consequência a irregularidade do fluxo de recursos direcionados ao PNMT; finalmente, dificuldades de gestão, explicadas como “imposição de burocracias que estão distantes da realidade da maioria dos municípios brasileiros”.

Sobre a implementação, o programa colocou 62, 22% do seu orçamento aprovado. Este percentual corresponde a R\$ 103.123.928,00. Os recursos, no entanto, destinados a execução do programa, foram considerados insuficientes, ocasionados por contingenciamentos. Em grande parte, as ações realizadas durante este período foram executadas porque atreladas às parcerias²⁹ que existiram a partir do PNMT. Desse modo, estados e municípios teriam atingidos as metas definidas, “por eles mesmos”, no planejamento promovido pela Coordenação Nacional do Programa e na concretização de metas que estiveram independentes da transferência de recursos por parte do Governo Federal.

Outro grave problema, no tocante aos recursos financeiros, diz respeito a problemas de gestão. Os recursos direcionados a algumas ações foram aplicados em outras ações que não tinham relação direta com o programa, sem o conhecimento e consentimento da equipe gerencial, situação que veio comprometer o planejamento prévio realizado para o programa.

Em 2002, próximo do final do PNMT, o Ministério do Esporte e Turismo considerava que, somando aos 497 municípios alcançados pelo PNMT, o Brasil teria cerca de 1800 municípios com potencial turístico e não somente os 700 elencados pela EMBRATUR, no início do programa. Pontuava, no entanto, que, antes de se necessitar de recursos financeiros para investimentos como “construção e/ou

²⁸*Contingenciar*: Em vocabulário econômico significa “impor o governo limite ou quota a (liberação de verba orçamentária, à importação de certas mercadorias, etc.)” (Ferreira, 2000, p. 181).

²⁹Prefeituras municipais, entidades de classe ligadas ao setor turismo, ONGs, Sebrae, Senac, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e diversos órgãos estaduais de turismo.

modernização de estrutura básica e/ou equipamentos turísticos”, seria necessário “entender e aprender a importância de se reconhecer e trabalhar o turismo de forma profissional como uma alternativa viável, eficiente e consistente de desenvolvimento econômico-social”. O Ministério considerou que, nos cinco anos que antecederam esse relatório de avaliação, os municípios brasileiros acabaram por demonstrar uma preocupação maior em adquirir informações e conhecimentos práticos de “como, quando, com quem, onde e porque fazer”. Haveria, desse modo, maior importância no processo de profissionalização da atividade.

De acordo com Henz (2009), o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) foi a primeira estratégia para o modelo de descentralização do turismo, embora tenha sido um programa que não teve continuidade. Contribuíram para isso os seguintes fatores: dificuldade de relações políticas entre os partidos municipais, estaduais e federais; informações inespecíficas para o gerenciamento da atividade; muitos municípios se encontravam longe dos centros urbanos, dificultando a implantação do plano. No entanto, com a aplicação do Programa, houve fortificação do discurso turístico fundado nos conceitos de descentralização administrativa, propiciando as bases do que seria mais tarde o investimento turístico direcionado às Regiões Turísticas.

Entre os anos de 2003 e 2010, o país, sob a gestão do Governo Lula, cria uma nova Política Nacional de Turismo e, com ela, são instituídos os Planos Nacionais de Turismo: *Diretrizes, Metas e Programas*, 2003-2007, e *Uma Viagem de Inclusão*, anos 2007-2010. É nesse período que o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil é colocado em prática.

3.4 NOVO DESLOCAMENTO: PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO – ROTEIROS DO BRASIL.

Nos documentos oficiais da década de 2000, o turismo é ainda uma atividade econômica, importante para o país na medida em que pode proporcionar empregos, distribuir riquezas, tornar a balança comercial favorável, elevar o Produto Interno do Bruto (PIB). Embora de caráter privado, o turismo precisa das orientações de políticas públicas para que seja organizado e regulado. O PNT, assim como outras Políticas Nacionais de Turismo, indica o Brasil como um país de diversidades biológica, paisagística, cultural e histórica, colocando os recursos naturais brasileiros como objetos de investimentos políticos.

Mas boa parte dos investimentos financeiros do Governo Federal, na década de 2000, esteve direcionada para infraestrutura turística, marketing, qualificação de mão-de-obra. Os PNT's 2003-2007 e 2007-2010 evidenciam uma continuidade discursiva no tocante ao turismo com relação aos Planos e Políticas governamentais referentes à segunda metade do século XX.

O Programa de Regionalização Roteiros do Brasil é uma estratégia central da Política de Turismo encaminhada pelos Planos Nacionais de Turismo 2003-2007 e 2007-2010. Foi lançado em 2004, um ano após a criação do Ministério do Turismo e do lançamento do Plano Nacional de Turismo 2003-2007 – Diretrizes, Metas e Programas. Em 2003, a nova gestão do Governo Federal teve como propósito fazer do turismo um dos campos prioritários para investimento e planejamento. Tanto o PNT 2003-2007 como o Programa de Regionalização são reflexos dessa iniciativa. Na esteira do trabalho desenvolvido, a partir do Programa de Municipalização do Turismo, por um processo de disseminação da atividade centrado no caráter da produção, a Regionalização configurou mais um desdobramento da estratégia de territorialização do turismo. Descentrada da noção de município, abriu possibilidades para que a região turística fosse objeto e meio, a partir do qual a gestão do turismo fosse realizada.

No ano de 2007, o Plano Nacional de Turismo é retomado e acrescido de outras diretrizes para além daquelas presentes no PNT de 2003. Há, no Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – *Uma Viagem de Inclusão*, maior investimento na interiorização do turismo e no fortalecimento do mercado, além do aumento do fluxo turístico em território nacional. O Programa de Regionalização do Turismo segue inicialmente as premissas do PNT 2003, mas, relançado em 2007, passa a configurar como principal estratégia do Ministério do turismo para encaminhar a Política Nacional aplicada ao setor. No quadro de Macroprogramas, definido pelo Ministério, o Programa de Regionalização diz respeito ao de número quatro: Estrutura e diversificação da Oferta Turística. Para o seu desenvolvimento, o Programa de Regionalização está amparado pelos princípios de Regionalização, Segmentação da Oferta Turística e Modelo de Gestão Descentralizado (BRASIL, 2004b).

Essas três características já estão presentes em outros documentos oficiais sobre o turismo e trazem, para o quadro do turismo

brasileiro na década de 2000, elementos como a especialização³⁰ do território para o turismo, existente desde a década de 1970, mas agora caracterizada pela segmentação da oferta turística; a interiorização do turismo com referência cada vez mais marcada pela regionalização, característica também já presente nos projetos do governo, no início da década de 1990, com o PLANTUR (1992), e que marca a transição do turismo de estrutura hoteleira para o turismo de investimento territorial; o modelo de gestão descentralizada, característica que também emerge na década de 1990 com a reestruturação da EMBRATUR marcando um momento em que a política de turismo não será mais exercício de uma só empresa, mas da articulação de diversos agentes públicos e privados. Esse é um modelo de gestão necessário na medida em que o campo de ação para o turismo envolve, principalmente a partir da década de 1990, a produção de diversos espaços turísticos. O investimento e interesse político governamental ultrapassam os problemas de aproveitamento de recursos ou manutenção dos mesmos.

Nos documentos oficiais, a Segmentação Turística está relacionada a um deslocamento no território no qual o turismo se realizar. Para o Governo Federal, os potenciais turísticos das capitais do país e algumas poucas regiões já são bastante conhecidos no cenário internacional. Paralelo a isso, o Governo identifica uma tendência do turismo internacional em diversificação e qualidade da oferta turística. A interiorização da prática turística associada ao mapeamento de regiões turísticas viria como uma forma de compensar essa demanda. Com a segmentação da oferta, qualidade e originalidade poderiam ser produzidas e, como consequência, a promoção de uma identidade turística em determinado território. A especificação da oferta e da demanda configura oportunidade para melhor gerir a atividade turística e organizá-la. Como estratégia de *turistificação*, a Segmentação atua na estruturação de produtos e consolidação de roteiros e destinos³¹.

³⁰ Especialização do turismo diz respeito a estratégia de diversificação do fluxo turístico na medida em que a política de turismo, por meio de uma política espacial, orienta o aspecto seletivo na difusão de novos pontos turísticos. Uma forma de especialização da prática turística era a de investimento de recursos públicos em locais onde o turismo já se desenvolvia privilegiando um tipo específico de prática. Haveria com isso uma restrição de demanda. A partir da década de 2000, a especialização vem em forma de segmentação da oferta e investimentos políticos e econômicos em formas específicas de se praticar o turismo.

³¹ São identificados pelo Ministério os seguintes Segmentos Turísticos no Brasil: Turismo Cultural, Turismo Rural, Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Esportes, Turismo Náutico, Turismo de Saúde, Turismo de Pesca, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Sol e Praia.

A Regionalização é uma estratégia para o turismo que traz algumas diferenças com relação aos projetos e programas anteriores. Ela apresenta a noção de Região Turística como foco de investimentos para o turismo. Regionalizar, de acordo com o Ministério, é transformar a ação centrada na unidade municipal e estendê-la a uma região que agrega municípios. Nela, como já foi dito, “características históricas, culturais, ambientais, humanas, sociais, econômicas e políticas” (BRASIL, 2004b), constituem um conjunto de relações de interdependência para além das fronteiras geográficas. Os limites municipais de uma gestão cedem lugar à noção de Região Turística com fenômenos específicos aos modos de exercício do turismo. O município nesse processo entra como um beneficiado na medida em que a região se desenvolve. Se antes ele era o protagonista das medidas governamentais, agora configura como elemento constituinte. O turismo que nele se desenvolve é efeito de um processo que o ultrapassa, muito embora os documentos oficiais ressaltem sempre a importância de que os interesses das regiões sejam baseados nos interesses e medidas estabelecidos em âmbito municipal.

Como estratégia de gestão, a Regionalização emerge como solução a alguns problemas apontados na implementação do Programa de Municipalização do Turismo. Aliás, essa estratégia emerge a partir da estrutura que o antigo governo e Política de Turismo haviam deixado. Na década de 1990, foram mapeados municípios turísticos e o foco do desenvolvimento turístico foi a produção de destinos. Para tanto, diversos instrumentos foram utilizados como a gestão por meio de oficinas de trabalho e formação de monitores municipais para diagnóstico e promoção do espaço turístico. Diante de algumas dificuldades do Programa anterior, é que a Regionalização se estrutura e propõe saídas aos problemas identificados anteriormente. A noção de Região Turística, por exemplo, como forma de organização do turismo municipal, não deixa a responsabilidade do desenvolvimento do turismo na mão de gestores de municípios pequenos e com poucos recursos. Do mesmo modo, opera uma eficácia e aceleração burocrática no processo de passagem de recursos e medidas governamentais.

A descentralização do modelo administrativo no processo de Regionalização vem com a constituição de uma quarta governança para o turismo, além daquelas reservadas ao Governo Federal, Governo Estadual, Governo Municipal. A Instância de Governança configura um aparelho gestor, em comunicação constante com as outras três esferas do poder e tem a função específica de atender às necessidades da Região Turística. Se, com a municipalização, há um afinamento da malha de

poder em torno do turismo, com a Regionalização e a formação de Instâncias de Governança há uma estruturação dessa malha fina.

A Governança Regional emerge como aparelho de gestão das forças locais no sentido de ativá-las para a constituição de diversificados destinos turísticos. Atua, porém, como modo de articulação positiva do choque de forças produzido pela composição de variados municípios no espaço de um turismo regionalizado. A Governança Regional é o modo de concretização tanto do conceito de Região Turística, baseado na noção de território, como o concebe o Ministério do Turismo (MTur), como do projeto de Segmentação da oferta turística brasileira. Além disso, é a garantia da promoção do turismo interiorizado e o meio de estruturação de sua manutenção e fortalecimento, mecanismo que talvez tenha faltado ao processo de Municipalização do Turismo para que este tivesse sua continuidade garantida.

4 ANÁLISE ARQUEOLÓGICA DA CONSTITUIÇÃO DE UM DESTINO TURÍSTICO.

Michel Foucault é um historiador do pensamento. Não considera que este seja uma faculdade interiorizada, mas condicionado historicamente. Trata-se de uma atividade social, histórica, política e impessoal (PRADO FILHO, 2006), que implica modos de pensar. O pensamento é uma produção, efeito de relações de saber-poder. Há em Michel Foucault o primado do objeto e das práticas sociais sob o estatuto do sujeito.

No intuito de investigar essa produção social que é o pensamento, Michel Foucault desenvolveu alguns métodos de trabalho bem específicos. A arqueologia tem como uma de suas principais funções colocar sob suspeita a ciência e o sujeito do conhecimento como fontes de verdade. Ela realiza uma crítica à naturalização do conhecimento científico e a sua colocação como forma privilegiada de conhecimento em nossa cultura, enfatizando a perspectiva de uma produção política e social no modo de produção científico. Do mesmo modo, também atenta para a produção social da ideia de sujeito, quando este é considerado como entidade universal, transcendental, racional, consciente e autônoma. Para Michel Foucault, liberdade e autonomia são historicamente construídas.

A história que ele pratica tem, portanto, por característica a descontinuidade e está voltada às rupturas na esfera discursiva. A arqueologia é o método que busca realizar, a partir da análise dos discursos, a produção política das verdades. Ela toma os discursos de sua exterioridade, remete-os às práticas e aos jogos sociais. Além disso, propõe um corte transversal no campo discursivo, mostra pontos de sustentação, monumentos e acontecimentos históricos. Faz parte do foco da investigação arqueológica, o estudo das condições de possibilidade para o pensamento, às proveniências e deslocamentos, em nível do saber, e emergências, ao nível dos enunciados³².

³² De acordo com Michel Foucault (2008, p. 91-93), o enunciado não pode ser confundido com unidades tais como a frase gramaticalmente isolável, a estrutura proposicional definida ou um ato de formulação, ato ilocutório. O enunciado é um modo singular, é uma função que se exerce verticalmente, em relação às diversas unidades, e que permite dizer a propósito de uma série de signos, se a frase, a proposição e o ato ilocutório estão aí presentes.

Os discursos e enunciados para a arqueologia assumem um estatuto diferenciado. Conforme Michel Foucault, o discurso é colocado como peça fundamental, material em circulação em uma sociedade, sendo considerado produto de uma prática. Não constitui por isso criação e expressão de uma liberdade, mas antes é considerado sujeito a regras de circulação, condicionado e determinado por lutas políticas no interior da sociedade. O discurso, de acordo com Michel Foucault, remete à história, a enfrentamentos, a dimensões de poder; leva a um campo em que o sujeito deve tomar uma posição para falar dos objetos que se ocupa. A materialidade histórica do discurso remete à submissão do sujeito a ele. O sujeito emerge no discurso como função do enunciado que, para Foucault, não é algo pertencente a um sujeito que fala. Ele é ato; tomado por sua materialidade histórica, repetível, como movimento, ato enunciativo.

Para a presente dissertação, os conceitos referentes à arqueologia foram tomados para a análise histórica de documentos relativos ao Diário Catarinense (DC). O objetivo era, por meio do cuidado com documentos do jornal, observar a emergência do campo relacionado ao turismo no município de Urubici. A pesquisa não buscou verdades no material jornalístico, mas o mapeamento de procedimentos de enunciação, regras de formação para a produção discursiva sobre o turismo. Estes procedimentos e regras de formação, em geral apareceram como tendências, práticas, figuras e temas que emergiram em condições específicas, mas também saíram de cena, compuseram articulações. Tais acontecimentos, no campo da enunciação discursiva, serviram como formas de identificar problematizações, economias, as quais, historicamente, estão presentes na produção da singularidade do turismo urubiciense.

A análise de discursos sobre turismo nas edições do Diário Catarinense teve como propósito observar principalmente os enunciados e as práticas relacionadas ao turismo em Urubici, antes e depois do ano de 2007. Embora o turismo já fosse produzido em Urubici, esse ano é historicamente importante, porque o Governo Federal lançou o Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – *Uma Viagem de Inclusão*, dando continuidade à política já iniciada quando da criação do Ministério do Turismo, em 2003. Na segunda fase da política de turismo, com o PNT – 2007/2010 houve um maior investimento no processo de interiorização do turismo e fortalecimento do mercado interno. O PNT – 2007/2010 retoma o que já havia sido implementado pelo outro plano que o antecede, reforçando aspectos importantes para o processo de produção dos destinos turísticos. Ainda nessa ocasião, há o

relançamento do Programa de Regionalização do Turismo e início das organizações para a constituição da Instância de Governança da Serra Catarinense.

A aplicação do método arqueológico às edições do DC envolveu o estudo do campo em que o turismo foi desenvolvido no decorrer de cinco anos. Não se tratou de uma história retrospectiva, na busca do material do jornal para compor uma história de sequência de fatos. Direcionou sua atenção para a figura múltipla que é o turista, na produção social política do espaço turístico urubiciense, para as possíveis relações entre produtores turísticos e instâncias públicas, para os espaços e práticas disponíveis ao turista no município de Urubici. E, a partir disso, perceber as transformações no nível do discurso que pudessem indicar as interferências produzidas localmente, a partir da elaboração e aplicação de uma Política e um Programa Nacionais de Turismo.

A pesquisa de campo do Diário Catarinense envolveu a busca de informações em periódicos e inicialmente esteve voltada às edições rotineiras do jornal. No entanto, pouco foi encontrado sobre o tema procurado. Eram muitas as edições disponíveis e, na falta de um computador que possibilitasse a pesquisa de forma digital, toda a coleta seria realizada no processo de folhear cada edição³³. Diante da inviabilidade de manusear todas as edições referentes a nove anos de publicações do DC, a resolução tomada foi a de restringir o campo. Para tanto, recorreu-se às edições especiais do Diário Catarinense. A partir de então, constituíram o campo da pesquisa as edições que tratavam dos aspectos econômicos e turísticos do Estado de Santa Catarina. Suas publicações aconteceram, na maior parte das vezes, uma vez ao ano.

As edições escolhidas foram: A Força SC, publicada em 2005; SC – A terra da diversidade, publicada em 2006; O melhor SC, no ano de 2007; Revistas de inverno, dos anos de 2007, 2008 e 2009. Ao todo foram contabilizadas dez edições que tratavam do turismo em Urubici, entre os anos de 2005 e 2009. A partir disso, a pesquisa consistiu em mapear diferentes práticas difundidas pelo jornal em questão, enunciados, acontecimentos, condições de possibilidade em um período de cinco anos. Além disso, observar quais relações, tendências,

³³ Além da ausência de computadores para a busca, o programa que armazena as matérias digitalizadas é carregado de muitas notícias e por isso é lento no processo de pesquisa. Fui aconselhada a somente me dirigir ao programa quando soubesse o que queria procurar e, mesmo que soubesse, deveria ter a mão poucas edições, na medida em que o funcionário do jornal não poderia estar à disposição para realizar a busca necessária.

temáticas e enfrentamentos operaram uma transformação no regime discursivo sobre o turismo.

O exame das edições especiais do Diário Catarinense trouxe algumas implicações para esta pesquisa. No início do trabalho, acreditava-se que a afirmação do Programa de Regionalização, por meio das ações da Instância de Governança, acabaria por refletir a proposta do turismo difundido pelo MTur nas páginas do jornal. À medida que a pesquisa era empreendida, ficou perceptível que, a partir do ano de 2007, houve uma diferença nos modos de discursividades sobre o turismo em Urubici, em que a prática é apresentada pelo jornal de forma diferenciada. Houve uma redistribuição dos objetos turísticos no espaço discursivo. O turismo aparece vinculado à noção de região turística. Cada município apresenta um tipo de turismo que o diferencia dos outros municípios próximos. O turismo que mais parecia uma viagem ao interior, vai se tornando turismo de hotéis de luxo, de lazer de descanso, de alívio de tensões advindas do lugar de origem do turista.

Mas um detalhe: essa mudança discursiva não dependeu exclusivamente da influência do Ministério do Turismo. A figura do Ministério ou de representantes da organização governamental não é mencionada nos textos. O que impõe a afirmação de que, embora a política seja de âmbito nacional e o financiamento de algumas medidas venha do Governo Federal, a produção turística é também resultado de relações de força locais. Prefeitura, Secretaria de Turismo, empreendedores de hotéis e restaurantes aparecem como os principais produtores do turismo no município.

4.1 ARQUIVOS DC.

Antes do ano de 2005, o Diário Catarinense não produziu fascículos especiais que abordassem especificamente a temática do turismo no município de Urubici³⁴. A edição “A Força SC” (DIÁRIO CATARINENSE, 2005, p. 3), a temática geral da economia do Estado ganha importância para um trabalho em separado. Esse fascículo especial trata do “potencial econômico do Estado e do vigor produtivo de sua gente”. Ao todo, “A Força SC” foi formada por quatro publicações que exploravam temáticas como as das riquezas e

³⁴ Ou os fascículos especiais do DC tratavam do turismo, mas referente a outras cidades do estado, tais como Florianópolis e o turismo de litoral, junto à edição Revista de Verão. Ou os fascículos que abordavam algum aspecto da cidade de Urubici, tratavam de questões distantes da temática trazida por essa dissertação, a exemplo da História dos Prefeitos dos Municípios Catarinenses.

difficultades das regiões do Oeste, Meio-oeste, Serra, Sul, Grande Florianópolis, Norte e Vale do Itajaí. No fascículo “Serra, Meio-oeste e Planalto Norte”, que tratava da região onde se encontra Urubici, a cidade é descrita como uma região na qual os municípios descortinariam “um cenário de belezas naturais e de riquezas tiradas da terra com o suor de homens e mulheres do campo”. O turismo rural aparece nessa publicação e é colocado como atividade que conquistou seu espaço dentre outras atividades econômicas. Empreendedores são citados no jornal e indicados como sujeitos que festejavam resultados. Eles teriam aberto suas fazendas aos visitantes para poder mantê-las em seu funcionamento.

No ano de 2006, o Fascículo de destaque é “SC – A Terra da Diversidade”. Nessa ocasião, os leitores do Diário Catarinense teriam conhecido um pouco mais dos “heróis anônimos”, que “com pequenos atos e muita coragem, modificam a realidade para melhorar as condições de vida” (DIÁRIO CATARINENSE, 2006, p. 3). Aparece, para o leitor do DC, a história de “gente humilde que não desanima”, apesar de todos os limites impostos pela distância dos grandes centros, pela demora na chegada de investimentos, decorrente, por exemplo, da falta de acesso pavimentado. Essa edição especial foi “recheada” de histórias de transformação.

O diferencial que se pode marcar entre essa edição de 2006 e as outras é que, embora o turismo seja abordado, o foco da atenção do jornal está voltado para a população. O DC coloca-os como sujeitos, imigrantes, que chegaram ao estado de Santa Catarina para viver. Dentre as características desses personagens das histórias relatadas, é possível citar: “desbravadores da mata”, “que não se rendem às dificuldades que a região oferece” e ainda “transformam o meio em que vivem em fonte de renda”. No entanto, a partir do ano de 2007, a população local deixa de ser a protagonista das reportagens e passa a dividir o espaço discursivo do jornal com outras figuras, que seriam os moradores vindos de outros municípios ou estados que, em virtude do turismo e do entorno de belezas de Urubici, haviam se instalado lá. Aos poucos sai de cena o morador que, originário de Urubici ou do Estado de Santa Catarina, utiliza-se do turismo para sobreviver economicamente.

“O Melhor de SC” é a edição especial do Diário Catarinense para o ano de 2007. O fascículo (DIÁRIO CATARINENSE, 2007, p. 2) ficou responsável por apresentar “um pouco mais de homens e mulheres que formam o mosaico do que tem de melhor” o estado de Santa Catarina. Aqui aparecem também sujeitos como agricultores, empresários, artistas, educadores, “entre tantos famosos e anônimos”.

O fascículo que trata da “Serra” e do “Meio-Oeste” relaciona o sucesso da região à presença do turismo. Nessa edição, os municípios de Santa Catarina apresentavam destaques proporcionais à variedade de etnias no estado. Serra e meio-oeste esconderiam “adjetivos das mais variadas origens que revela um estado multifacetado”. As duas regiões seriam conhecidas pelo turismo. Nesse caso específico, seriam atraídos turistas interessados em hotéis-fazenda serranos, amantes da neve presente em São Joaquim e das curvas da Serra do rio do Rastro. Muito além do conjunto invejável de cenários e destinos turísticos, as regiões revelariam valores humanos notáveis, como a esperança e o empreendedorismo dos produtores rurais que diversificariam para manter a família. Em resumo, essa edição especial traria “a vida em municípios pródigos em belezas naturais, valores humanos e a força da economia”.

No ano de 2007, uma diferença fica marcada com relação às publicações anteriores. O DC publica uma edição especial falando do Turismo na Região da Serra Catarinense. Nesse momento, o turismo emerge como objeto do discurso. Nas outras edições especiais, a economia de um modo geral é o destaque das reportagens e o turismo aparece no escritos como mais um setor da economia e, nesse caso específico, em ascensão. A partir do ano de 2007, o DC passou a publicar e difundir pelo estado a Revista de Inverno. Nela cabem somente os temas que seriam importantes ao turismo nacional e estrangeiro. Desse modo, o foco não é mais uma descrição das atividades em municípios e regiões. Os segmentos e os roteiros turísticos ganham especial destaque, a saber, Turismo de Inverno, Turismo de Aventura, Ecoturismo, Turismo Gastronômico, Turismo Cultural.

As publicações especiais do DC, no ano de 2008, não tiveram relações de continuidade com as publicações dos anos de 2005, 2006 e 2007. Neste ano, o Diário Catarinense não publica nenhum especial falando sobre economia. Houve uma “tendência” de seguir o movimento iniciado em 2007, o de escrever sobre o turismo no estado de Santa Catarina. Esse ano acaba por marcar a regularidade da Revista de Inverno, que haverá de se repetir no ano de 2009. Os temas trabalhados nas edições dos dois últimos anos não fazem referência aos aspectos econômicos do turismo, colocando-o como uma atividade que geraria melhoria da qualidade de vida da população. Emerge, com essa ruptura, outro tipo de enunciado. Aparecem como destaque, nas páginas do jornal, características desse novo enunciado que são relativas ao turismo, mas a partir de uma perspectiva de turismo segmentado;

perspectiva, a propósito, que já era evidente na edição da Revista de Inverno do ano de 2007.

A análise dos discursos do editorial do jornal faz observar que o turismo emerge para o discurso econômico do estado de Santa Catarina por meio do enunciado da diversidade. Na primeira edição, em que a pesquisa se desenvolve, a do ano de 2005, o turismo não se encontra presente, mas, a partir da edição do ano de 2006, o conceito de diversidade atrelado à racionalidade econômica passa a ser mais presente. De início, diversidade faz referência à geografia física do estado, para então ser colocada como uma característica da “gente” que compõem as também diversas regiões do estado catarinense. Em 2007, uma figura que emerge é a do mosaico, referente à população, em suas diversas origens migratórias. O turismo emerge como acontecimento discursivo nas notícias do DC, na medida em que opera a diversidade das atividades econômicas desenvolvidas no estado e, com isso, produz a diversificação da renda familiar. Nos dois últimos anos da primeira década de 2000, o turismo vai ser produzido como uma atividade diversificada. A promoção do turismo passou a ser realizada por meio da difusão de segmentos turísticos implicando para a atividade turística o enunciado da atividade que, para atrair, precisa diversificar.

Foi possível observar também alguns objetos que saíram de cena e outros que passaram a integrar os espaços das reportagens do DC. Por exemplo, a economia do Estado estava muito atrelada aos espaços da agricultura e da pecuária. Nesses espaços, atuavam a população local, imigrantes que haviam chegado ao estado há mais de meio século e diante de adversidades haviam conseguido sobreviver. O espaço da agropecuária é o espaço da sobrevivência, da luta. Com o passar dos anos, no entanto, o que se percebe é uma mudança no campo discursivo, na medida em que a problematização do turismo começa a operar compondo discursos. Novos instrumentos emergem e, com isso, novas discursividades. O que se percebe é o estado da diversidade, como já foi pontuado, produzido por meio de recursos naturais. Os sujeitos das histórias contadas chegaram ao estado não mais para sobreviver, mas para diversificar a renda da atividade econômica. Em geral, emergem os empreendedores, gente com o olhar para o futuro. O espaço do turismo envolve estabelecimentos comerciais, redes de hospedagem. É com essa perspectiva, que o turismo entra em cena.

4.2 O PROCESSO DE EMERGÊNCIA DE UM DESTINO TURÍSTICO.

Urubici, no ano de 2005, era um município com atividades ligadas à natureza, com “receitas” de sucesso advindas tanto da agropecuária como da atividade turística (DIÁRIO CATARINENSE, 2005). Sua economia era baseada na agricultura, e a cidade era conhecida como Terra das Hortaliças e do Ecoturismo. Embora toda a reportagem fale de um turismo incipiente e ainda destaque a produção de hortaliças da cidade, o turismo já aparecesse como fonte de renda local. No município, era significativa a produção de frutas, dentre elas a maçã. Em pequenas propriedades, havia o cultivo de mel, batatas, feijão, milho. Nos anos anteriores a 2005, as plantações de pinus teriam avançado sobre a mata nativa. O IBAMA surgia como órgão de regulação para o avanço do desmatamento. O turismo era uma das fontes de renda e movimentava a economia da cidade e da região, principalmente nos meses de frio. Em 2005, o tema da neve aparece como atrativo ao turismo no município.

Naquele ano, o DC indicava que a cidade de Urubici já tinha bons hotéis e pousadas. Alguns empreendimentos praticavam o turismo rural e além destes, o Parque de Exportações Manoel Pra tinha infraestrutura para camping. As estradas de Urubici apresentavam placas de orientação para preservação da natureza. Naquele ano, a Gastronomia recebia destaque no Diário Catarinense (2005) por ser um dos orgulhos da cidade. Pratos à base de pinhão, churrasco, feijão tropeiro e doces caseiros eram especialidades que tinham atenção. A preferência entre os turistas era a truta, peixe cultivado na região, apreciado de forma grelhada ou defumada.

No que diz respeito aos principais atrativos turísticos, em Urubici, figuravam acidentes geográficos e acontecimentos históricos do município. O Morro da Igreja, o ponto mais alto do sul do Brasil, com 1.828 metros acima do nível do mar, era um dos pontos mais visitados de Urubici. Outro atrativo importante era a Cascata do Avencal, com 100 metros de queda livre (Figura 7). Outras cascatas de apelo turístico eram a Cascata do Morro da Igreja, com 50 metros de altura, e a Cascata Rio dos Bugres, com 100 metros de queda d'água. A Serra do Corvo Branco era um “verdadeiro espetáculo de beleza do lugar” além de atração para os aventureiros.



Figura 7 – Cascata do Avencal, Urubici, SC, Brasil.

Fonte: Radar Sul (2010a).

Para além dos atrativos de natureza, na produção do turismo em Urubici, estão presentes as cavernas indígenas com inscrições rupestres de mais de quatro mil anos de idade. Mas também um instrumento discursivo é a Igreja Nossa Senhora Mãe dos Homens, construção em estilo moderno e uma das maiores do estado. A nomeação do município emerge ligada à história dos silvícolas da cidade: uma índia haveria apontado a um companheiro chamado Bici, um “Uru”, pássaro lustroso em linguagem nativa.

Urubici, na edição “SC – A terra da diversidade” (DIÁRIO CATARINENSE, 2006, p. 80), é a “terra das hortaliças”, mas também lugar de “belas paisagens”, de reservas ecológicas e de um “excelente potencial turístico”. Embora, no Diário Catarinense, ainda se destaque na produção de hortifrutigranjeiros.

Na edição do ano de 2006, o município é produzido na relação que pode estabelecer com o continente europeu. Estão em jogo, na constituição desse enunciado referente à Urubici, elementos discursivos como estar localizado no ponto mais elevado do estado e apresentar uma das temperaturas mais baixas do Brasil. Por compor a Serra Catarinense, Urubici aparece como o único lugar do país em que neva todos os anos, “mesmo que por poucos dias” (DIÁRIO CATARINENSE, 2006, p. 80). A presença das baixas temperaturas no local aparece relacionada com a criação o turismo rural, o que levou a que os moradores locais

adaptassem “suas fazendas centenárias para receber hóspedes curiosos em ver a neve de perto”. Esse jogo discursivo, no qual Urubici está inscrito, evidencia uma problematização referente à prática turística presente, mesmo quando o município ainda é colocado como “Terra das Hortaliças”. A edição especial do DC do ano de 2005 aborda dois tipos de racionalidade presentes no município: o turismo que, aos poucos, vai constituindo o principal modo de discurso sobre o município e a problematização em torno das hortaliças que, com o passar do tempo, perde característica de nomeação do município.

No tocante à população, a edição de 2006, assegura que ela teria respeito pelas suas terras. Isso seria perceptível pela preservação do local, a exemplo das cascatas.

A Pedra Furada (Figura 8) aparece como ponto turístico de destaque. Tem o formato de uma janela e na edição de 2005 (DIÁRIO CATARINENSE, p. 87) é produzida como uma “escultura natural”. É também considerada o meio a partir do qual haveria um elo entre a “formação rochosa” e as “matas nativas preservadas”.



Figura 8 – Pedra Furada, Urubici, SC, Brasil.

Fonte: Radar Sul (2010b).

No Diário Catarinense do ano de 2006, emerge uma figura, um acontecimento discursivo. A profissão de Guia de turismo aparece, é atribuída a um morador da cidade e exercida de modo informal. Nessa reportagem, o jornal trata do que é considerado “Guia Agricultor”.

Morador das margens da estrada do Morro da Igreja, em Urubici, seu trabalho era o de acompanhar visitantes e turistas de fora da cidade ao pico estratégico a mais de 1.828 metros de altitude. A família cultivava hortaliças, uma das principais atividades da cidade. No entanto, em 2006, o preço das hortaliças havia caído muito e a produção de maçã havia salvado os agricultores. Há nessas ocasiões, e particularmente a partir da década de 1990 (CÔRREA & GIRARDI), a passagem de problematizações centradas na economia das hortaliças para uma economia centrada na maleicultura, na produção de maçãs.

A maçã figurava entre as formas alternativas de cultivo dos agricultores a fim de diversificar a produção. Indicava que a economia, aliada ao tema da problematização em torno das Hortaliças, atuava, em Urubici, junto à problematização e economia das Maçãs. Mas, quando o plantio da maçã não era suficiente, os agrofruticultores arrendavam suas terras aos apicultores do sul do Estado. Isso acontecia principalmente nos meses de frio, já que é um período desfavorável ao plantio das hortaliças. A neve e a geada, no entanto, atrapalhavam a produção. O trabalho de guia nessa reportagem emergia como uma terceira forma de aumentar a renda familiar. No ano de 2006, a racionalidade turística, emerge como uma terceira possibilidade de renda ao munícipe urubiciense. Estava presente no quadro da economia do município, mas em consonância e na dependência de outras atividades.

Na edição de 2006 (DIÁRIO CATARINENSE, p. 80), o jornal menciona a tendência de que a cada ano o número de turistas em busca de frio e neve é “muito maior”. Para os produtores rurais, a neve atrapalharia, mas, em compensação, configurava o principal atrativo turístico em Urubici.

4.3 UMA CONSCIÊNCIA POLÍTICA?

O município de Urubici, para a edição “O melhor de SC” (DIÁRIO CATARINENSE, 2007a) apresenta descrição diversificada. Aqui ele já é objeto de um discurso turístico, evidenciando a emergência da problematização em torno da econômica turística. Urubici é produzido como um município com charme o ano inteiro, não constituindo somente um interesse para o inverno no estado. As pousadas do município oferecem infraestrutura para “curtir” clima e bela paisagem, no inverno ou no verão.

O potencial para o turismo em Urubici é produzido com referência ao enunciado da natureza. Para o turismo, Urubici seria um atrativo ao natural, ou seja, teria surgido “sem” o trabalho humano.

Dentre os instrumentos componentes de um potencial natural aparecem nas páginas do jornal a paisagem formada por cachoeiras, nascentes de rios, matas de araucárias, formações rochosas. Mas na edição do ano de 2007, Urubici aparece como território atravessado por dois enunciados turísticos. Um deles inclui elementos da paisagem, como já foi colocado. O outro inclui a neve no inverno e recordes de temperatura negativa no país. Urubici é também objeto de um Turismo de Inverno. A Revista de Inverno do Diário Catarinense propõe o cruzamento desses espaços para atrair os turistas a Urubici, a saber: paisagem de tirar o fôlego, algumas das quais tingidas de branco no inverno e de verde no verão.

No que concerne às hospedagens, em 2007, emerge o espaço VIP em Urubici. Algumas “opções de charme” surgem para o discurso; localizadas em área de 34 hectares, especificamente na comunidade de São Francisco, que fica a 10 quilômetros do centro. Lá a fauna bem preservada e a mata de araucárias foram o principal fator para que um casal de paulistas decidisse investir na região desde 2003.



Figura 9 – “Ao natural”, Urubici, SC, Brasil.

Fonte: Radar Sul (2010c).

Proprietários de um hotel-fazenda são entrevistados pelo jornal por estarem em sintonia com o entorno natural (Figura 9). Para os quartos, eles construíram quatro rústicas cabanas em madeira, cada uma com direito à lareira e decoração que incluem peças de patchwork. Não

existe TV no estabelecimento. A proposta do lugar é curtir o entorno natural. O encanto pelo cenário natural urubiciense passa a ser motivo de sedução para novos moradores do município (Figura 10).

Os estabelecimentos comerciais emergem nos discursos sobre o turismo em Urubici. No caso da edição de 2007, o destaque recai sobre cafeterias, produzidas para receber amigos e conhecidos. A revista chama atenção ao local que, de acordo com o DC, tem “conceito moderno”. É um misto de cafeteria, lounge, restaurante, loja e espaço cultural no centro. No ano da publicação, o cardápio é “recheado” por chocolates de Gramado, fondue e outras delícias. O lugar é produzido como um dos pontos de encontro em Urubici. Para os turistas que frequentavam aquele espaço, Urubici seria surpreendente. Era uma cidade pequena com “espaços como aqueles”, possíveis de ser encontrados em São Paulo. A gastronomia, para os frequentadores do lugar, era produzida como um dos pontos altos da cidade e incluía desde cafeterias consideradas aconchegantes até restaurantes especializados em trutas.



Figura 10 – “Cenário” urubiciense ao fundo de uma plantação de hortaliças, SC, Brasil.

Fonte: Radar Sul (2010d).

Na edição de 2007a, o DC pontua que, a partir da década de 1990, investidores e prefeitura já haviam começado a investir no “potencial” turístico do município. A Secretaria de Turismo em Urubici

fora montada em 1997 e nessa época existiam somente duas pousadas. Passados dez anos, o DC mostra os resultados concretos do processo de turistificação. Ao todo eram contabilizadas 26 opções de hospedaria, dentre elas hospedagens rurais, hotéis e pousadas. Urubici agregava tipos diferentes, todas com hospitalidade de primeira em comum. Esses lugares agradariam tanto a mochileiros estrangeiros – no ano anterior, alemães, holandeses, franceses e americanos passaram pela Secretaria de Turismo em busca de informações – quanto a famílias, casais em busca de conforto e amantes da natureza.

Conforme dados da Secretaria de Turismo, quarenta mil pessoas passaram pela cidade no ano de 2006. Esse número teria representado, no período de uma década, um incremento de 5000% no turismo da região. O turismo, no ano de 2007, representava a segunda maior fonte de renda do município, tradicionalmente conhecido como a “terra das hortaliças”.

Nessa última edição, o potencial turístico de Urubici já aparece desenhado pela problematização do Turismo. As edições subsequentes estarão encarregadas de mostrar a produção local em torno do que lá é considerado Ecoturismo. Nesse momento, relacionado à Urubici emerge outro objeto, outro enunciado referente ao turismo. Nas descrições, figuram “matas” e “belezas” como principais atrativos, se não de turistas em exclusivo, o são para novos empreendedores. A partir desse momento, não se trata mais de relacionar o turismo unicamente a uma atividade alternativa à fonte de renda da população que lá vive há mais de uma década. No último triênio, da década de 2000, a neve já não figura como o principal atrativo da cidade como o era em 2006. Passa a ser mais um componente do cenário turístico, algo a que se agrega estilo. A partir desse momento, infraestrutura turística e atividades ecológicas tornam-se o principal foco de atenção turístico.

Um diferencial que aparece nos discursos sobre o turismo em Urubici é que, a partir de 2007, há uma mudança de foco. O município passa a ser localidade que dá suporte ao cruzamento de realidades aparentemente distintas e improváveis em outro lugar. Urubici passa a ser destaque das reportagens do DC por ser uma cidade pequena, no interior de Santa Catarina, que serve cafés espessos como aqueles da cidade de São Paulo. Por trazer elementos que diferem daqueles presentes na história urubiciense, o município é surpreendente.

É evidente que novos objetos emergem no campo discursivo do turismo urubiciense. Paralelo aos instrumentos da gastronomia, os hotéis construídos no município passam a ser foco das reportagens, principalmente aqueles que trazem conforto aos visitantes em meio ao

rural e ao natural urubicienses. Estes hotéis são construídos como um estímulo aos turistas que fogem do cotidiano urbano para os espaços de natureza e interioranos do município. Além disso, os esportes de natureza e atividades turísticas em geral são propostos para serem executados nos tão conhecidos espaços geomorfológicos do município. O território de montanhas, marca registrada do entorno local, passa a alocar os mais atuais³⁵ tipos de práticas esportivas. Urubici, pelos relatos do DC, seria a possibilidade de articular o local com o geral³⁶. A partir do ano de 2007, é possível dizer que o município de Urubici começa a se aproximar daquilo que é conceitualmente proposto, segundo Michel Foucault, como *espaço heterotópico* (FOUCAULT, 2006a). Um espaço real, em relação com elementos e instrumentos distintos de sua história, cada vez mais deslocados da realidade urubiciense.

4.4 FORMAÇÃO DA INFRAESTRUTURA TURÍSTICA E DE APOIO.

Se, na edição de 2005, apareciam junto ao tema da gastronomia em Urubici os pratos típicos da população local, "O Melhor de SC", (DIÁRIO CATARINENSE, 2007a) mostra lugares de "conceito moderno"³⁷ produzidos como pontos altos da gastronomia urubiciense. Aliás, pontos de encontro na cidade. À medida que o tempo passa, as "atrações" locais são produzidas a partir de um alto e diversificado padrão de culinária.

Em 2009 (DIÁRIO CATARINENSE, 2009), observa-se o encadeamento de temas e objetos nos discursos sobre o município. Aconchego, sofisticação e conforto são enunciados presentes nas descrições realizadas. As pousadas, por exemplo, eram cheias de

³⁵ O termo atual usado aqui tem relação com aquele que Deleuze (1991, p. 4-5) usa para designar uma das características do dispositivo segundo Michel Foucault. Atual, não significa uma enunciação original, mas aquilo que nos é presente e em processo de devir. Traz a ideia de um presente já articulado a um futuro que está por vir. O atual é aquilo que nos separa do eterno e abre espaço para apreensão do novo.

³⁶ Aqui "geral" teria relação com o que Michel Foucault escreve em *Arqueologia do Saber*, livro publicado em 1969. Ele seria uma oposição a global. Este termo faria supor que "entre todos os acontecimentos de uma área espaço-temporal bem definida [...] será possível estabelecer um sistema de relações homogêneas [...]". O termo geral exprimiria uma forma de relação que pode ser legitimamente descrita entre diferentes séries, um sistema vertical formado por um jogo de correlações e dominâncias, conjuntos distintos em que certos elementos podem figurar de forma simultânea (FOUCAULT, 2008, p. 10-11).

³⁷ Termo usado pelo jornal para designar um lugar, um estabelecimento comercial que oferece aos clientes cafés, doces, e que se tornou uma das preferências dos turistas quando estão na cidade.

“aconchego e charme”, havia restaurantes bistrôs que serviriam “culinária de primeira”. A truta, produzida em Urubici, estava dentre os pratos desses restaurantes. Noutra matéria no ano de 2009, em Urubici, as “estrelas da gastronomia” voltavam a ser o pinhão e a truta, cultivada em larga escala em estações da cidade e o pinhão colocado como um dos itens do cardápio, a exemplo da sequência de pinhão. A iguaria serrana era incluída em todos os momentos da refeição. Em um dos Bistrôs da cidade, as refeições eram realizadas em “ambiente aconchegante regado a vinho e comida de primeira”.

Os produtos orgânicos, novos objetos para o discurso, aparecem na reportagem como um atrativo gastronômico. Em alguns estabelecimentos, há refeições vegetarianas indicando algumas práticas, hábitos, valores, uma ética da alimentação produzida junto aos turistas em Urubici; a caminho do Morro da Igreja, em um estabelecimento específico, esses produtos são vendidos. Um exemplo apresentado pela reportagem é o pesto de pinhão e geleias de frutas. E aqui, o cruzamento de enunciados e espaços turísticos urubicienses: elementos de uma problematização das hortaliças aparecem articulados com os elementos de uma problematização turística. Do mesmo modo, o turismo do município aparece relacionado às práticas de visitação dos acidentes geomorfológicos e às de alimentação natural.

Com relação aos hotéis e pousadas, o percurso das edições do DC mostra algumas transformações no espaço turístico do município. Em 2005, os bons hotéis eram aqueles que praticavam o turismo rural oferecendo um tipo de hospedagem característico da problematização das Hortaliças, configurando o início do turismo no município, quando os viajantes apareciam para visitar morros e cachoeiras e observar a presença da neve. Em 2006, o jornal esclarece que o início da atividade se deu pela busca do turista por um lugar para ficar durante o período de inverno. Naquela época, algumas fazendas centenárias foram adaptadas para receber hóspedes. Nada, no entanto, era dito sobre a atividade dentro dos hotéis e sobre o conforto que os mesmos ofereciam ou deixavam de oferecer ao visitante. A partir de 2007, o que se percebe é uma problematização Turística atuando muito mais forte que aquela referente às hortaliças. Nas descrições do jornal, já se veem amplos salões, que servem café da manhã colonial, vista para a mata e televisão.

Na Edição de Inverno do DC (2007c), os hotéis-fazenda, destaques da reportagem, são lugares que oferecem aos turistas “mimos”, dentre eles, minicampo de golfe, sala de ginástica, sauna, piscina térmica, hidromassagem ou, como diria a edição de 2009, “espaços sociais superaconchegantes com bibliotecas e lareiras

convidativas” (DIÁRIO CATARINENSE, 2009, p. 7). Essa peculiaridade dos hotéis os enquadrava na categoria, no enunciado, “rústico, mas nem tanto” (2007c). Dentro deles, é possível fazer parte de Urubici, ou desfrutar de algumas de suas características sem abrir mão do conforto e do luxo.

Essas opções oferecem o turismo rural sem as restrições de uma fazenda antiga. Nos apartamentos, existem calefação, banheira em estilo ofurô e varanda, galpão crioulo, com fogo de chão (Figura 11) e roda de chimarrão. Em alguns hotéis, o turista pode acompanhar a ordenha e as demais lidas campeiras rotineiras. No entanto, os hotéis mostram que ordenhar vaca, andar a cavalo, comer da panela do fogão à lenha, seria um cotidiano que não está restrito ao interior. Os hotéis, mesmo no interior, não implicariam a sensação de se estar nele. Espaços como esse acabam por caracterizar o que Michel Foucault chama de *heterotopia*. Os espaços dos hotéis são espaços reais, mas não necessariamente a realidade ao redor na qual ele se insere.



Figura 11 – Fogo de Chão, Urubici, SC, Brasil.

Fonte: Santa Catarina Brasil (2010b).

Mas se simplicidade pode estar aliada ao luxo, enunciado bastante destacado nos discursos do DC, ruas sem asfalto não significam hospedar-se em fazenda antiga. Diria a edição 2008 (DIÁRIO CATARINENSE, 2008b, p. 6) que, em Urubici, pode-se desfrutar do “sossego em meio a belas paisagens”. A edição sugere outro enunciado

associado ao turismo na cidade. Para o DC, existe em Urubici uma tendência que consiste em afirmar que estar em um dos hotéis citados pelas reportagens é estar distante do cotidiano urbanizado. De acordo com o DC, hospedar-se em um dos cerca de quarenta hotéis-fazenda e fazendas rurais que o Estado dispõe seria “dar um tempo” do leite industrializado, do trânsito e do fast-food. O “novo” enunciado em questão deixa claro que a hospedagem em hotéis de conforto e luxo não implica um cotidiano urbanizado, muito pelo contrário. Se não constituem práticas em fazenda antiga, os novos instrumentos discursivos produtores dos espaços turísticos urubicienses remetem ao cotidiano de uma cidade do interior, não urbanizada.

4.5 A PRODUÇÃO DOS PONTOS TURÍSTICOS.

Os esportes radicais emergem como objeto no campo discursivo sobre o turismo urubiciense, são práticas que sempre existiram na cidade, mas que, com o passar dos anos, tornam-se o grande atrativo turístico em Urubici. Eles emergem em um campo específico de visibilidade. Os esportes praticados em Urubici podem aparecer junto às estruturas das hospedarias. Nestes casos, algumas das aventuras oferecidas são:

[...] açudes para pesca, mini-campo de golfe, bicicletas para passeios dentro da localidade, churrasqueira e rancho rústico, cancha de bocha, fogão a lenha de uso coletivo, casa na árvore com escorregador, trilhas no meio da mata e chácara com diversas árvores frutíferas (DIÁRIO CATARINENSE, 2008b, p. 10).

Mas eles também podem acontecer junto aos acidentes geográficos encontrados em Urubici. As estruturas geomorfológicas do município aparecem nos discursos sobre o turismo em todas as edições do DC. No entanto, é com o passar dos anos, no decorrer da produção discursiva, que os esportes passam a ser relacionados a morros, cascatas etc. As cachoeiras e cascatas de Urubici não serão mais somente conhecidas pela altura da queda das águas, como o era em 2005, ou mesmo pelas belezas e baixas temperaturas. Serão conhecidas também pelos esportes que podem ser praticados nesses locais. Em 2007b, a Cachoeira do Avenal é importante para visitação, porque além dos cem

metros de queda livre, ela é um local freqüentado por praticantes de rapel e tirolesa (Figura 12).



Figura 12 – Rapel na Cascata do Avençal.
Fonte: Fusuma (2010).

Em 2008a, as práticas esportivas em Urubici são produzidas junto ao Morro do Oderbeng, na Serra Geral, onde a prática turística está associada à rampa de voo livre e voo de Asa Delta e Parapente; a Cascata Véu de Noiva é outro atrativo turístico produzido, emergindo junto às estruturas para as práticas da tirolesa, do arvorismo e do rapel. Em específico relacionado à Cascata Véu de Noiva, um instrumento da produção turística que emerge é o restaurante de comida caseira, onde o turista tem o que comer durante suas aventuras.

As atividades realizadas em meio à natureza, sejam elas sustentadas por hotéis ou em meio aos pontos turísticos do município, reforçam o enunciado de Ecoturismo, ou talvez evidencie a emergência de um novo campo, domínio discursivo. Isso se justifica na medida em que o Ecoturismo associado a práticas específicas, em Urubici, ganha certa autonomia com relação ao turismo de modo geral. Ele é colocado a partir da perspectiva do desenvolvimento sustentável de base e a ele estarão, a partir desse momento, associados conceitos, discursos

específicos a esse campo. É, aliás, por meio da emergência desse campo, que Urubici está relacionado à Serra Catarinense. Em Urubici, aparece como prioridade, nas atividades e programações turísticas, a interação do turista com o ambiente, com o entorno natural.

O exame dos pontos turísticos nos arquivos do DC mostra também, no decorrer dos anos, formas diferenciadas de descrição dos mesmos, ou algumas discontinuidades discursivas. Há uma passagem do foco em características físico-geográficas, no processo de descrição dos atrativos, para uma descrição cada vez mais voltada para as sensações e emoções que o atrativo poderia despertar no turista. Nas primeiras edições da pesquisa, o atrativo são as estruturas geomorfológicas do município. Com o passar das edições o foco, passa a ser o turista e tudo que o atrativo pode provocar nele para que dele o turista possa fazer parte. Há, portanto, um deslocamento de objeto no espaço discursivo do turismo. O atrativo passa a ser uma forma de cativar o turista, de produzir efeitos de subjetividade, por meio de suas próprias sensações, por um processo de estímulo, intensificação das mesmas.

As emoções que mais aparecem são aquelas relacionadas a atividades de aventura. Há, no processo de descrição de um atrativo turístico, a relação com enunciados específicos. Estar em um atrativo turístico tem relação para aquele que vai lá com a sensação de “colocar-se em risco”. Outro enunciado que emerge nas práticas turísticas de aventura é o de que o esforço dedicado à superação de qualquer “obstáculo” traz como recompensa uma “visão” ou uma vista, extraordinária do ambiente. Alguns desses exemplos podem ser vistos quando se observam as formas de abordagem relacionadas à Serra do Corvo Branco (Figura 13) e à Pedra Furada (Figura 8), ambas estruturas geomorfológicas descritas como desafios à coragem daquele que se coloca sob uma experiência de risco.

Na edição 2007d, na reportagem “O Melhor do Inverno”, a Serra do Corvo Branco é produzida como atrativo turístico quando relacionada à afirmação de que esta provocaria “sensação de montanha-russa” (Figura 14). A Edição de Inverno de 2007 faz emergir um efeito de subjetividade específico do discurso, na medida em que, nos primeiros metros de subida, apresenta um “cenário” de “tirar o fôlego”. Com rodovia pavimentada, a Serra, localizada em Urubici, está mais ao norte da Serra Geral e é anterior à Serra do Rio do Rastro; fica a 30 quilômetros do centro da cidade. Boa parte do trajeto é feito em estrada de chão batido. A estrada SC-439 “vence” 1.460 metros de altitude entre

Urubici e Grão-pará. A Serra do Corvo Branco seria o maior corte vertical, entre duas montanhas, feito em rocha no país entre 90 metros.



Figura 13 – Serra do Corvo Branco, Urubici, SC, Brasil.
Fonte: Radar Sul (2010e).

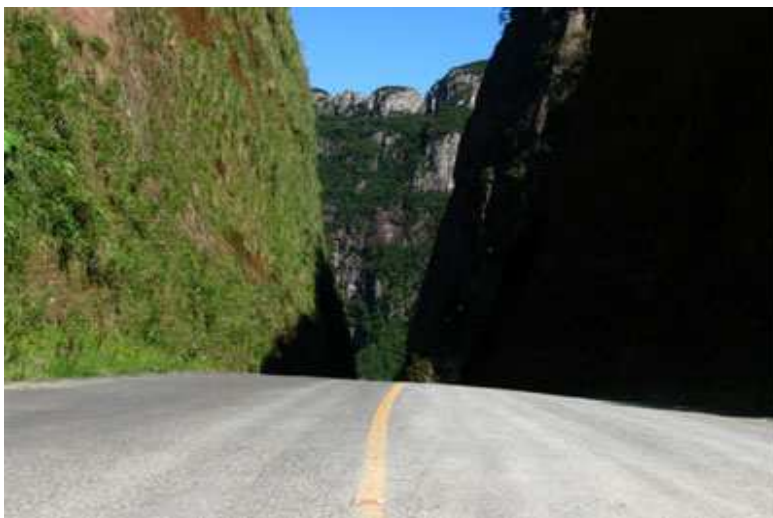


Figura 14 – Descida na Serra do Corvo Branco, Urubici, SC, Brasil. Sensação de Montanha Russa.
Fonte: Radar Sul (2010f).

A maior emoção comparada a uma montanha-russa diz respeito especificamente às curvas sinuosas que se seguem uma após a outra. Em apenas duas delas, é possível descer 400 metros. As curvas são perigosas, não permitem a passagem de veículos pesados e exigem manobras de motoristas. A Serra está concentrada em um trecho de cinco quilômetros, no entanto, somente os 600 metros mais perigosos são asfaltados.

Em 2008a, visitar a Pedra Furada torna-se uma atividade de aventura. Não é mais estar diante de uma “superjanela” (DIÁRIO CATARINENSE, 2006) de 30 metros de diâmetro. Realizar uma visita à Pedra Furada implica práticas específicas, relacionadas a valores, posturas dos sujeitos diante da realidade, implica diversificado modo de vida. A Pedra Furada, porque está situada no limite dos municípios de Orleans, de Bom Jardim da Serra e de Urubici, é o atrativo artificial produzido pelo discurso a partir de um recurso natural. A trilha que leva até a Pedra Furada está relacionada a um efeito de subjetividade do discurso, aquele que relaciona turista e o atrativo à exigência de “boa dose de coragem”. Ela é íngreme e feita de terra; em dias molhados, o caminho pode ser uma perigosa armadilha. São ao todo quatro quilômetros de caminhada entre o morros e montanhas da região.

Mas tamanha dificuldade tem o esforço “inquestionavelmente” recompensado. A cada passo do turista, mais uma figura do discurso emerge. Há, junto à estrutura da Pedra Furada, a “inquestionável” vista de “encher os olhos” (Figura 8). A trilha que leva até ela é descrita como antiga e cheia de obstáculos. É um lugar que poucos conhecem. Algumas descidas são realizadas por dentro de mata fechada e pouco explorada. Imensas pedras teriam sido arrastadas pelas forças das águas e chuvas fortes há milhões de anos. O DC (2008a), por meio de um processo que caracterizaria a produção de um ponto turístico em Urubici, diria para quem se aventurasse por lá:

“[...] o verdadeiro tesouro de Urubici não teria preço, e brilharia muito mais que ouro. Esse seria o trabalho perfeito e caprichoso da natureza. Feito de forma especial para o “deleite dos sentidos” (DIÁRIO CATARINENSE, 2006a, p. 7).

A produção dos pontos turísticos é aqui associada à produção de sentidos, na medida em que interessa deixar claro que aspectos subjetivos não são naturais ou inquestionáveis. Eles são produzidos.

Mas produzidos na medida em que a Pedra Furada é desenhada pelo discurso como um espaço de mistérios, riscos, perigos a qualquer desbravador. Não significa que, ao “natural”, lá, sem a presença do discurso que a produz, que a nomeia, vá causar, de forma inquestionável sensações e emoções. Há alguns anos, a Pedra Furada era só um lugar de beleza, para ser admirado. É, somente à medida em que os esportes radicais tornam-se práticas relacionadas ao turismo, em Urubici, que o discurso sobre os atrativos turísticos irão destacar as possibilidades de exercício neles. O lugar da sensação no discurso sobre o turismo no município é importante na medida em que é uma das principais formas de atraí-lo ao lugar. Dito de outra forma, de produzir o turismo em Urubici.

4.6 FORMAÇÃO DA REGIÃO TURÍSTICA DA SERRA CATARINENSE.

A Serra Catarinense é descrita como Região Turística e, para além de territórios com limites fronteiriços entre municípios próximos uns dos outros, emerge como um território de práticas turísticas específicas. A Região Turística, a propósito, é uma estratégia do dispositivo de turistificação. Nela, os territórios circunvizinhos são agrupados por meio de semelhanças entre as atividades turísticas que os municípios podem oferecer. No DC, o agrupamento aparece de duas formas. Em um primeiro momento, independente do município, a Serra apresenta uma modalidade de hospedaria que a caracteriza. Em um segundo momento, a Região da Serra Catarinense aparece no Diário Catarinense como um tipo específico de roteiro turístico.

Em 2007c, o turismo na Serra Catarinense emerge associado à figura discursiva do “Rústico, mas nem tanto”. Os hotéis-fazenda são lugares que oferecem aos turistas “mimos”, como ofurôs e mini-campo de golfe, além de galpão crioulo com direito a fogo de chão. Nessa edição, o DC mostra várias opções de hotéis-fazenda na região da Serra, nos município que fazem parte dela.

Em 2008a, a Revista de Inverno do DC, torna visível o “Tirol brasileiro”. Nele, a Serra emerge como a região mais fria do país e de maior altitude do estado. Como campo de visibilidades oferecido pelo DC, seria o roteiro obrigatório de viajantes que buscam descanso e adrenalina no período do frio. O efeito dessa operação? Para a Revista de Inverno, a Serra Catarinense oferece ao turista “tudo junto de uma só vez”: pinhão na chapa, lareira, araucárias no horizonte e, com sorte, neve. Deslocar-se de seu lugar de origem para visitar a Serra

Catarinense, implicaria, para o turista, aliar ao clima de férias de inverno o prazer de presenciar o fenômeno que transformaria o verde da vegetação em branco, sem sair do país.

Na Serra Catarinense, são marcadas como estratégia de Regionalização, as fazendas centenárias, que são o berço do turismo rural brasileiro. Visitar uma dessas fazendas implica partir em busca de um destino para sentir frio, com opção de dormir em locais confortáveis e ainda com bom atendimento. Para o turista da Serra, o “melhor” roteiro é produzido se, dentre os elementos do espaço turístico da Serra, estiverem incluídas as cidades como Lages, Urubici, São Joaquim e Bom Jardim da Serra. O discurso que destaca os municípios citados fica próximo uns dos outros e por isso oferecerem diferenciadas atrações. Como prática relacionada ao turismo da Serra Catarinense, o DC associa sua visitação ao processo de escolha de um hotel para pernoite e a pequenas viagens durante o dia para conhecer “tudo que a Região oferece”.

Relacionado à Serra Catarinense, Urubici é transformado em destino turístico à medida que suas atrações envolvem paisagens e práticas turísticas relacionadas à natureza. O campo do turismo em Urubici, entre outras coisas, envolve atividades de aventura tais como rapel, saltos de parapente, asa delta e arvorismo.

4.7 URUBICI, UMA HETEROTOPIA TURÍSTICA.

Na primeira edição da Revista de Inverno (Diário Catarinense, 2007b, p. 8), Urubici “sonha” em ser a nova Campos do Jordão (SP). A cidade é pequena, com pouco mais de 10 mil habitantes, mas leva jeito “para integrar um seletro grupo, que já inclui as serras paulista e gaúcha”. O município tem uma “indiscutível” vantagem: pousadas e cafés charmosos. Há cerca de dez anos, havia apenas um hotel no município; no ano de 2007 seriam quase trinta unidades.

Em 2008, emerge no quadro do jornal a figura discursiva que coloca Urubici como “a pequena notável da Serra” (Diário Catarinense, 2008a, p. 8). O santuário de belezas tem relação com o jeitinho de interior (Figura 15). Viajar até lá é provar a vida interiorana com estrutura turística. O jeito de interior tem relação com a base econômica da cidade, que é agrícola e com o fato de que a zona urbana da cidade fica concentrada em praticamente uma avenida. Nela, as pessoas podem ser vistas sentadas conversando “em frente aos estabelecimentos comerciais”. Na paisagem, também não existem prédios altos, o maior deles com apenas quatro andares. O cotidiano urubiciense (Figura 16),

associado à figura discursiva de “pequena notável”, é colocado como distante daquele encontrado nas cidades litorâneas e presentes na simplicidade das lojas e lanchonetes. Embora o cotidiano pudesse parecer pacato, o DC informa que o turista em Urubici tem muito o que fazer.



Figura 15 – Urubici, “a pequena notável da Serra”, SC, Brasil.
Fonte: Paiva (2010).

Ainda em 2008a, Urubici é enunciada como cidade que carrega belezas naturais e outros “títulos” que fazem dela um charme. A simplicidade é somada ao clima de montanha e de inverno. Isso faria de Urubici um lugar singular. No ano de 2009, Urubici, é a cidade serrana com charme de montanha e frio europeu. O tamanho de Urubici, inversamente proporcional ao seu charme, que mistura “clima de montanha com sedução de cidade grande”.

O que se percebe no trajeto das edições do DC é que, com o passar do tempo, Urubici deixou de estar relacionada estritamente à produção agrícola, que a caracterizava como “Terra das Hortaliças”, para estar cada vez mais próxima, do “clima de montanha” e de “charme”, que a coloca como um destino de ecoturismo com conforto. Urubici também vai deixando de ser relacionada ao campo com suas peculiaridades, para ser cada vez mais comparada a outras cidades. Sua singularidade emerge na positividade de aspectos que, em outros lugares,

não existiria, como é o caso do jeito de interior quando relacionado com o urbano de outras cidades: em Urubici não existem prédios altos, há simplicidade nas lojas e pessoas conversando em frente aos estabelecimentos comerciais. Mas, a singularidade emerge também de outra forma. Como destino turístico é importante diferenciá-la do entorno em que se localiza. Desse modo, as paisagens de Urubici são semelhantes a de localidades distantes do entorno histórico-geográfico de sua região. Urubici ganha destaque para o discurso quando relacionada às paisagens da Europa e de cidades que estão localizadas nas Serras Gaúcha e Paulista.



Figura 16 – O “jeito” interiorano da cidade. Urubici, SC, Brasil.
Fonte: Radar Sul (2010g).

Outra forma de falar dessa singularidade de Urubici é destacar a sucessão dos jogos de relações que puderam definir o turismo no município. Urubici seria o espaço, o meio de existência de realidades, aparentemente distintas e improváveis em qualquer outro lugar. O município pôde ser definido como: “território de agropecuária e de turismo” ou de Terra das Hortaliças e do Ecoturismo; lugar dentro de um país e que não se parece com ele; lugar de mata exuberante e frio extremo; cidade pequena com clima de cidade grande ou cidade com jeito de interior, mas com conforto e muito o que fazer; “pequena notável” com condições de fazer parte de um seleto grupo de “grandes” cidades conhecidas pelo turismo de inverno. Urubici seria o espaço em

que múltiplos posicionamentos distintos e irredutíveis podem existir simultaneamente.

Essa relação do geral com o local, no entanto, está expandida para outros espaços que não somente o de produção do município turístico. O cruzamento de realidades está presente na gastronomia e na hospedaria turística. Estes não só configuram uma infraestrutura para o fazer turístico, mas, em alguns casos, são produzidos como o objetivo final da atividade turística, ou mesmo o atrativo turístico a ser visitado.

Na última edição que trata do turismo em Urubici (DIÁRIO CATARINENSE, 2009), a cidade ainda é produzida como um destino turístico e, aos poucos, estaria se firmando com a proposta de “desenvolvimento sustentável de base”. Nessa ocasião, o destino turístico é produzido como voltado à valorização da natureza associada à interação do turista com essa natureza. Em 2009, a relação que se apresenta aqui não é mais uma relação de dualidade entre economias, problematizações, aparentemente distintas. Urubici é colocado sob um enfoque conceitual, em que as atividades possíveis naquela localidade são atravessadas pela relação de interatividade entre o turista e o ambiente. Em Michel Foucault, em um primeiro momento, este processo é entendido como de “disciplinarização”, normalização, de um destino turístico. Mas também pode ser colocado como um processo de constituição de uma heterotopia turística, na medida em que o processo de turistificação implica uma relação do turista com o destino difícil de ser produzido em outro lugar.

Em 10 edições do Diário Catarinense (2005; 2006; 2007a; 2007b; 2008a; 2008b; 2008c; 2009), publicadas na década de 2000, o sujeito turista ganha importância para o município. Não só porque existe infraestrutura para hospedá-lo, mas porque a forma de atraí-lo é pela provocação de sensações. Ficou mais fácil a incitação às sensações na descrição dos tradicionais pontos turísticos de Urubici, mas sensações e emoções podem estar associadas aos outros espaços do município. Para os restaurantes, hotéis, ou para o próprio município aparecem sensações associadas a produções discursivas que relacionam Urubici com “conforto”, “bem-estar”, “sossego”, “cotidiano tranquilo e pacato”, “sentir-se em casa”, “saborear”, “sensação de estar em outro lugar”, e porque não, na Europa? Urubici deixa de ser um lugar atrativo só pela presença da neve e passa a ser foco do interesse turístico porque provoca sensações.

O conceito de *heterotopia*, de acordo com Michel Foucault, trabalha uma função específica para esse tipo de formação espacial que é a denúncia dos espaços fragmentados que existem de realidade. As

heterotopias são espaços que não reproduzem totalmente os outros espaços da sociedade. Elas funcionam como um espelho que, ao refletir os problemas que ela denuncia, opera espaços de compensação às ausências existentes nos espaços fragmentados da realidade. Esses espaços, de acordo com Michel Foucault (2006), não são meramente espaços de ilusão. Há neles um quê de fantasia, porque se propõem a dar conta dos problemas existentes nos espaços da vida cotidiana, mas o que se verifica nas *heterotopias* é que são espaços bem concretos.

As formas de produção do espaço turístico urubiciense fazem emergir um destino turístico que mais parece uma *heterotopia*. É um espaço capaz de agregar diferentes realidades, distintas e irredutíveis, em um mesmo território. Ao mesmo tempo, é o espaço que nega o entorno histórico-geográfico no qual está inserido, mas essa negação não faz dele um espaço hermético, sem qualquer comunicação. Embora as paisagens de Urubici lembrem a Europa, ela ainda está situada no campo de composição do turismo da Serra Catarinense. E por isso as práticas turísticas desempenhadas por lá têm relação com as atividades desempenhadas em outros municípios, como em Bom Jardim da Serra, Lages, São Joaquim, Urupema. Embora o clima de montanha e a mata exuberante possam parecer como qualquer lugar para além do Atlântico, o turista que visitar Urubici ainda vai tomar chimarrão, comer pinhão, tirar leite da vaca.

A relação entre o município de Urubici e a noção de *heterotopia* ainda poderia ser construída quando da análise das sensações produzidas para o turista que está na cidade. São sensações que indicam experiências que só podem ser produzidas lá. Mais do que espaço de compensação, Urubici é um território em que são possíveis estados subjetivos de compensação. Em Urubici, as experiências levam ao conforto, bem-estar, liberação de adrenalina, integração do homem com a natureza, a sensação de se estar no interior mesmo próximo do ambiente urbano. Estar em Urubici implica processos específicos de produção de subjetividade, de modos de subjetivação. Processos que, em princípio, não são produzidos em outro lugar, sendo necessário ir até lá para que seja vivenciado, para que seja produzido.

5 ANÁLISE GENEALÓGICA DA “INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA DA SERRA CATARINENSE”³⁸.

Segundo Michel Foucault, a genealogia é debitaria dos estudos nietzscheanos a respeito da história. Em Nietzsche, encontra-se a necessidade de conjurar a noção de sujeito como fundador da história, assim como a de continuidade entre os diversos acontecimentos que vieram a formá-la. Em Foucault, a genealogia é contrária à quimera da origem e da identidade em função da multiplicidade de começos e acasos dos processos. Interessa a Michel Foucault ([1979]2006a, p. 20), “[...] a história, com suas intensidades, seus desfalecimentos, seus furores secretos, suas grandes agitações febris, com suas sínopes [...]”, a história em seu próprio devir.

Proveniência e emergência são o objeto próprio da *genealogia*. A proveniência é o tronco de uma raça, a qualidade de um instinto. No entanto, diferente do estabelecimento de características gerais, a proveniência busca as marcas sutis dos acontecimentos que se entrecruzam e tornam difícil de desembaraçar. A proveniência é a busca dos inúmeros começos, para mantê-los na dispersão que lhes é própria. Ao invés de procurar uma superfície que tudo explique a respeito de um acontecimento, importa à genealogia o destaque das camadas heterogêneas, que marcam os fenômenos e os ameaçam constantemente.

A emergência é o princípio singular de um aparecimento. Não constitui o elemento final de uma série de fatos, senão o atual episódio de uma série de submissões. O estudo das emergências, a partir de Michel Foucault, consiste em uma história das séries de submissão, a história dos jogos, das lutas, dos embates, das situações adversas que tornaram uma realidade possível e manifesta. De acordo com Michel Foucault, a solidez somente é assegurada por meio de um longo combate contra condições constantes e essencialmente desfavoráveis. Para a análise genealógica, a emergência é resultado de um determinado estado de forças e demarcá-la é descrever os rituais que a prolonga e a fazem parecer estável.

³⁸ Em Anexo B, Quadro Cronológico das Atividades na Serra Catarinense.

De acordo com Nietzsche (FOUCAULT [1979] 2006a), a história que recorre ao passado, em busca da continuidade e da origem, é uma história metafísica, supra-histórica. A história que ele produz não busca explicações em ideias abstratas, distantes do lugar mesmo onde elas são produzidas, mas procura observar os inúmeros começos e com isso afirmá-los no processo de construção de uma dada situação, uma dada realidade. A genealogia assume, portanto, a função de história de “sentido efetivo”. Essa história instaura a irrupção dos acontecimentos em lugar da continuidade constante. Segundo Michel Foucault, o acontecimento seria:

[...] uma relação de forças que se inverte, um poder confiscado, um vocabulário retomado e voltado contra seus utilizadores, uma dominação que se enfraquece, se distende, se envenena e uma outra que faz a sua entrada, mascarada (FOUCAULT, [1979]2006a, p. 28).

A genealogia em outras palavras é uma história de lutas, de combate os mais diversos, em lugar de uma figura simples que marque uma continuidade dos acontecimentos. Ela tem por função ter um uso paródico e destruidor da realidade, visto que não está fundada em uma identidade, mas em várias, retomando para sua constituição a ideia de criação. Para tanto, ela é dissociativa e destituidora de identidades, afirma o plural que a habita, investiga os elementos múltiplos, distintos, que atravessam um território histórico. E, nesse sentido, faz aparecer as descontinuidades que nos constitui, clarifica os sistemas heterogêneos que produzem a história.

A proposta deste texto foi a de analisar a formação da estratégia governamental chamada de Instância de Governança do Turismo na Serra Catarinense. Partiu-se do princípio de que fazer uma genealogia das ações e programas de instâncias produtivas do turismo em Urubici e na Serra Catarinense era investigar a *rede* de sustentação de um dispositivo. Mas não uma rede continuísta³⁹, que marcasse a identidade do turismo urubiciense. No caminho inverso, tratou-se de abordar elementos heterogêneos a partir dos quais o turismo é produzido. A análise genealógica da Instância de Governança Serra Catarinense esteve para tanto relacionada a uma análise das forças, dos combates e

³⁹ Continuísmo em Michel Foucault (2008).

supressões, adaptações, enfrentamentos, os mais diversos, demarcações de espaço entre instâncias públicas e agentes privados. Buscou mapear o domínio do campo de forças, os inúmeros acontecimentos, em seu desenvolvimento, em sua história.

Para a realização da pesquisa de campo, o grupo de documentos foi formado pelas instituições ligadas à produção do turismo no município de Urubici e da Serra Catarinense. Ao todo, foram contemplados organogramas, regras de procedimento, atas e relatórios de reunião. As instâncias analisadas, tomadas como forças em ação no processo de constituição do espaço turístico urubiciense, foram a Prefeitura de Urubici; a Secretaria de Turismo de Urubici; a Secretaria de Organização e Laser do Estado (SOL); a SANTUR (Órgão Oficial de Turismo); o Serra Catarinense Convention e Vistors Bureau; a Instância de Governança da Serra Catarinense.

A Regionalização do Turismo, considerada pela presente dissertação uma estratégia de turistificação, é, no quadro de disposições do Ministério, um macroprograma de governo que, para ser efetivado, dispõe de módulos de aplicação. O foco desse trabalho é a Instância de Governança, 4º módulo do macroprograma. A fim de investigar aquilo que chamamos estratégia de Regionalização, centrou-se o estudo nas relações em que a instância aparece com evidência. Outra linha de análise foi investigar os discursos operacionais sobre a regionalização nas entidades que promovem o turismo com interesse na regionalização. Antes, no entanto, foi preciso observar a produção do turismo que antecede o processo de instalação da Instância de Governança da Serra Catarinense.

5.1 PROVENIÊNCIAS E EMERGÊNCIAS DO PROCESSO DE TURISTIFICAÇÃO DE URUBICI.

Até o ano de 1999, o turismo promovido no estado de Santa Catarina estava centralmente focado na diversidade dos povos que compõem etnicamente o estado, paralelo a uma diversidade geográfica e climática. O estado de Santa Catarina, por essas “qualidades”, compunha “excelente destino turístico” (DIÁRIO CATARINENSE, 1999). No tocante aos circuitos turísticos, a SANTUR centrava suas atividades na elaboração de roteiros culturais. Nessa época, estava em vigor, em âmbito nacional, o Programa Avança Brasil, colocado em prática pelo Programa Nacional de Municipalização do Turismo 1996-2002 (PNMT).

No fim da década de 1990, seis roteiros haviam sido elaborados e envolviam o estado territorialmente de Norte a Sul: Cultura Germânica, Açoriana, Italiana, Austríaca, Polonesa e Alemã, na grande Florianópolis. De acordo com a SANTUR, “em todos eles, os visitantes têm oportunidade de conhecer costumes, tradições e a gastronomia destes povos que ajudaram a colonizar o Estado” (p. 174). Além destes, outros circuitos estariam atraindo cada vez mais a atenção do turista catarinense, quais sejam: Litorâneo (que reúne as mais belas praias do sul do Brasil), da Neve, Rural, Águas Termais, Ferroviário, Religioso, Ecológico, Esportes, Compras, Festas, Parques Temáticos, Náuticos, Observação de Baleias, Centro de eventos\Negócios.

Dessa divisão de roteiros, que o estado apresentava, Folster (1999) destaca que Urubici fazia parte de três deles: o circuito da neve, o circuito rural e o circuito ecológico. Naquela época, de acordo com a autora, Urubici recebia expressivo número de turistas principalmente pela beleza que o município possui. No entanto, o município era desprovido de infraestrutura turística e, na estrutura que apresentava, “poucos condicionantes” se colocavam a dispor do turista. No município, só era possível encontrar informações na Secretaria de Turismo e, mesmo assim, em alguns folders, fotos e vídeos. Além destes, observavam-se placas sinalizadoras em alguns atrativos turísticos.

Folster (1999) ainda ressaltava a falta de conscientização dos moradores que, para a autora estaria aquém da cultura ideal. Outros fatores negativos para o desenvolvimento do turismo, apresentados pela autora, eram a ausência de turismo integrado com outras regiões; ausência de intercâmbio com agências de turismo para promoção e venda de pacotes para atrair um número cada vez maior de turistas; falta de planejamento por parte do setor turístico.

A partir de 2000, Côrrea (2003) aborda o turismo em Urubici pela perspectiva do potencial turístico do município. A infraestrutura era precária, o que fazia com que, em Urubici, a natureza fosse o recurso. A ausência de infraestrutura adequada, no entanto, não impedia que os turistas chegassem à cidade. No ano de 2000, a SANTUR havia registrado um número de 150 mil turistas na Serra Catarinense e, em 2001, o município de Urubici havia recebido 150 turistas no mês de janeiro. Já no ano de 2002, o número de turistas, no mês de janeiro, havia subido para 990 (esses foram dados concedidos pela Secretaria de Turismo do município). O Secretário de Turismo de Urubici destacava que esse número certamente seria maior, em virtude do fato de que nem todos os turistas que aparecem na cidade passam pelo centro de

informações turísticas de Urubici. Para o Secretário, o interesse dos turistas por Urubici crescia como resultado do trabalho de marketing que o município tinha feito.

Sobre o desenvolvimento do turismo, pouco havia sido feito, mas algumas ações estavam sendo empreendidas. Em 1997, a prefeitura da cidade havia iniciado um plano elaborado em conjunto com o SEBRAE. Havia, no documento, diretrizes de curto, médio e longo prazos. Dentre as metas a serem atingidas “questões básicas” como infraestrutura de acesso, sinalização e alimentação eram priorizadas. Das necessidades identificadas em Urubici, o Secretário, no ano de 2003 afirmava já terem sido algumas delas satisfeitas. As placas sinalizadoras já haviam sido colocadas, tanto no meio rural como na sede municipal (ruas e avenidas), principalmente em locais que indicassem atrativos. Em alguns pontos de visitação turística, as ações para o desenvolvimento do turismo dispuseram proteção a fim de evitar acidentes. Foram dotados de infraestrutura de proteção os pontos turísticos de altitude, tais como a Cascata do Avencal. Em Souza (2005) consta que a ampliação da infraestrutura turística em Urubici teve como intuito principal oferecer ao turista segurança e maior autonomia para que circulasse pela cidade.

Naquele ano, o Secretario de Turismo lamentava a ausência de financiamento para o incremento do turismo no município. Falava que a administração pública vinha trabalhando para a melhoria da qualidade turística, mas considerava que o desenvolvimento turístico viria de forma gradual, na medida em que aumentasse a demanda turística da cidade. Ele mencionava que a precariedade no que concerne à infraestrutura hoteleira e de restauração, haveria de melhorar quando os proprietários se sentissem pressionados ao incremento dos estabelecimentos. A iniciativa privada, nesse sentido, seria a forma de promover tais “melhorias para satisfazer os turistas” (CÔRREA, 2003, p. 27)⁴⁰.

Com relação à administração pública, de acordo com o Secretário do município, em 2003, importava trabalhar para deixar o município mais bonito: “Uma das funções do poder público é arrumar a

⁴⁰Em Urubici, desde o ano de 2001, as empresas privadas relacionadas ao turismo estavam articuladas em torno da POUSERRA. Esta é a Associação das Pousadas e Hotéis de Urubici. A POUSERRA, de acordo com Andrighi (2007) tem por objetivo “a interação entre poder público e poder privado para promoção e desenvolvimento do turismo no município” (p. 71). Em 2007, a POUSERRA contava com quatorze empresas, dentre as quais estavam hotéis, pousadas, restaurantes e agências de turismo. A entidade reúne-se uma vez por mês, cada vez em um dos estabelecimentos associados, a fim de discutir oportunidades e dificuldades.

cidade, ou seja, colocar sinalização, arrumar as ruas, melhorar o acesso aos pontos turísticos, limpeza e manutenção” (CÔRREA, 2003, p. 27). Até o ano de 2002, não havia Conselho Municipal de Turismo.

No ano de 2004, os roteiros turísticos do estado de Santa Catarina haviam sofrido uma mudança. Há uma emergência de novos campos de circulação, novos roteiros turísticos. Esse, a propósito, foi o ano de lançamento do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Os segmentos turísticos em destaque naquele momento eram: Litoral Norte, Litoral Sul e Surfe, Vale Europeu, Encantos do Oeste e Termas, Ilha de Santa Catarina, Caminho dos Príncipes, Planalto Serrano (ALBUQUERQUE, 2004). Urubici estava inserido no último dos roteiros, que é também conhecido como “Caminho das Neves”. Naquele momento, os turistas ainda visitavam Urubici, principalmente, pelas baixas temperaturas (CORRÊA, 2003). Algumas ações, no entanto, começaram a ser desenvolvidas para o incremento da atividade turística, no estado e nos municípios catarinenses. Tais ações não estavam somente centradas em embelezamento urbano e na “paciente espera” da melhoria da infraestrutura turística por parte das empresas privadas.

Até o ano de 2003, o governo do estado tinha encaminhado as propostas do Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), configurando outra estratégia no campo da turistificação por parte do Governo Federal: era o Plano Nacional para desenvolvimento do turismo, em vigor até o ano de 2002. Tinha como prerrogativa a interiorização do turismo, no estímulo ao crescimento da atividade centrada no município. O governo de Santa Catarina empenhou-se em praticar a municipalização do turismo e Urubici foi uma das cidades contempladas.

O lançamento do Plano Nacional de Turismo (2003 - 2007), no ano de 2003, produziu uma diferença no encaminhamento das ações em prol do turismo. Ele estabeleceu uma relação de proveniência com relação aos Planos anteriores, na medida em que acrescenta algumas características relacionadas ao desenvolvimento do turismo, ao mesmo tempo em que os ultrapassa. Com esse Plano, a estratégia governamental não está mais centrada no município. O desenvolvimento da atividade turística deveria contemplar o turismo integrado (ALBUQUERQUE, 2004), articulado a um conjunto de municípios, embora ainda houvesse a prerrogativa do processo de interiorização do turismo em território nacional.

Nesse momento, não havia a necessidade de segmentação da atividade, característica que aparece sobressalente no Programa de Regionalização do Turismo, a partir do ano de 2007 (BRASIL, 2007). A aplicação da metodologia de oficinas para o desenvolvimento do turismo no estado de Santa Catarina foi característica das ações de governo até o ano de 2002 (ALBUQUERQUE, 2004). Aliás, a implantação de oficinas, paralelo a formação de monitores e aplicação de cursos de capacitação eram diretrizes do PNMT para o incremento do turismo centrado no município (BRASIL, 2002).

No momento de lançamento do PNT 2003/2007, o governo de estado teria que criar o Fórum Estadual de Turismo, entidade estadual responsável pelo encaminhamento da política nacional de turismo (BRASIL, 2007). Até 2004, o projeto de um Fórum Estadual ainda não havia sido aprovado. Enquanto isso, algumas ações de iniciativa regional começaram a ser empreendidas. No ano de 2003, o Serra Catarinense Convention & Vistors Bureau (SCC&VB) é criado e a Serra Catarinense é foco do primeiro Planejamento Estratégico Integrado do Turismo. O projeto encabeçado pelo SCC&VB trazia um diagnóstico da situação do turismo na Serra e trazia uma série de medidas que viessem mudar o quadro de precariedade da atividade.

No quadro das deficiências apresentadas, segue a lista apontada: a) ausência de roteiros turísticos integrados; b) amadorismo na oferta do produto turístico; c) informações insuficientes para os turistas; ausência de planejamento ou descontinuidade dos processos iniciados; d) planos diretores municipais desatualizados ou não alinhados com o turismo; e) baixa integração da comunidade; f) falta de informação, desconhecimento por parte da comunidade de todas as ações realizadas por outros segmentos no campo do turismo; g) baixo conhecimento sobre a recepção de turistas; h) atrativos turísticos abandonados ou sem segurança; i) falta de opções de lazer para os turistas após os passeios e visitas; j) falta de visão empreendedora (ALBUQUERQUE, 2004, p. 68-69).

Das estratégias para o desenvolvimento do turismo na Serra, o Convention apontava para: a promoção do turismo qualificado em pequenas propriedades; a especialização gastronômica da região; a sensibilização da população para a importância do turismo; a promoção e melhoria do sistema de informações turísticas; por fim, a implantação de um programa de educação para a sustentabilidade do turismo.

A partir do terceiro ano da primeira década de 2000, algumas medidas foram tomadas para a estruturação e a profissionalização do turismo em Urubici. Em novembro de 2003, foi criado o Conselho

Municipal de Turismo de Urubici, além de serem desenvolvidos alguns cursos de profissionalização de guias de turismo, realizados pela Secretaria de Turismo e de Educação, ou pela Prefeitura de Urubici em parceria com a escola de Turismo e Hotelaria de Florianópolis. Albuquerque (2004), no entanto, destaca algumas limitações aos empreendimentos de desenvolvimento do turismo no município.

Segundo Albuquerque (2004), embora existisse um Conselho Municipal de Turismo, até 2004, este não havia apresentado ações concretas para organização e desenvolvimento das atividades turísticas do município. Cabia ao Conselho Municipal encaminhar as diretrizes do Plano Nacional de Turismo e a Política Nacional de Ecoturismo em Urubici. Além disso, Albuquerque (2004) observava os esforços empreendidos no município para o desenvolvimento do turismo, mas destacava também uma dissonância entre os projetos da administração pública e aqueles empreendidos pela associação das empresas privadas. Não havia, por parte destes últimos, um compromisso com o planejamento integrado.

No processo de produção do turismo local, as empresas mantinham as atividades implementadas com um distanciamento da maioria da população. No que diz respeito ao poder público, havia falta de credibilidade aliada a uma desconfiança diante dos interesses de terceiros para a exploração do turismo no município, a qualquer custo. Naquele período, poucas também foram as ações que prezassem pela preservação e sustentabilidade ambiental no município. Souza (2005), em texto que destaca a produção discursiva em torno do turismo em Urubici, diz que sustentabilidade, inclusive, não fez parte da história das problematizações econômicas do município. Um passado de intensa exploração de araucárias para a produção de móveis e um discurso de turistificação bem distante daquilo que a concretude histórica faria aparecer, principalmente quando diz que a população sempre teve cuidado com a vegetação do local, a exemplo da edição especial do Diário Catarinense do ano de 2006.

No ano de 2003, em âmbito estadual, é criada a Secretaria da Organização do Lazer (SOL), com vistas à integração do planejamento e da execução das atividades de lazer do estado. Em 2004, por sugestão da recém-criada Secretaria da Organização do Lazer, foi desenvolvido o Plano Estadual da Cultura, do Turismo e do Desporto do Estado de Santa Catarina (PDIL). O Plano tinha por finalidade a integração das áreas de cultura, esporte e turismo do estado. A SOL e o PDIL foram criação de orientação do governo do estado. O intuito dessas ações era

integrar ações do turismo com a cultura e os esportes e, assim, fortalecer o planejamento das três áreas (HENZ, 2009).

A estrutura de gestão do turismo, no estado de Santa Catarina, é formada pela SOL e pela SANTUR⁴¹. A SOL é responsável pelas questões institucionais, a exemplo da política de estado. A SANTUR está voltada aos quesitos de promoção e marketing do turismo⁴². As Secretarias de Desenvolvimento Regional (SDR's), por meio das quais a política do estado é descentralizada, atuam atendendo as necessidades das secretarias de estado, inclusive da SOL. As SDR's contemplam "um gerente em cada uma das 29 regiões criadas, chamado Gerente da Organização do Lazer (GEROL), subordinado ao Secretário Regional" (HENZ, 2009, p. 78). No entanto, o mapa político para o turismo que as SDR's auxiliam a gerenciar é diferente. É o mapa das nove regiões turísticas: Serra Catarinense, Vale do Contestado, Caminho dos Cânions, Caminho dos Príncipes, Vale Europeu, Encantos do Sul Catarinense, Grande Florianópolis, Rota do Sul (SANTUR, 2008).

O PDIL apresenta o diagnóstico da situação do lazer no estado. Os programas e ações do plano foram desenvolvidos a fim de integrar estados e municípios, a partir da articulação entre setor público, privado e população local. A gestão política do desenvolvimento do lazer envolve plano de lazer integrado, plano de marketing, plano de aperfeiçoamento e capacitação, avaliação ambiental, estudo de mercado, estudo de etnias, programas de ações além de benefícios e resultados.

No PDIL, existe uma sessão reservada ao turismo. O programa quatro contempla o Macroprograma do Ministério, a Regionalização do Turismo. A divisão regional para o turismo no estado de Santa Catarina já existia antes mesmo do lançamento do programa do Ministério (HENZ, 2009), no entanto, com as novas diretrizes do Ministério, a divisão foi reformulada. De acordo com Henz (2009, p. 81), essa iniciativa veio direcionada a "padronizar os roteiros e regiões turísticas para a política pública de estado, consolidando a aplicação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil".

Henz (2009) comenta que a intervenção do Ministério nas políticas de turismo do estado acontece por meio do Programa de Regionalização do Turismo. O PDIL configura uma política exclusivamente do estado, coordenado pela SOL, não tendo relação com

⁴¹ A SANTUR é uma empresa de economia mista com o objetivo de fomentar e divulgar a política estadual de turismo. Ela foi criada no ano de 1977 e está vinculada a Secretaria de Estado e Turismo, Cultura e Esporte (HENZ, 2009)

⁴² Em relação à política nacional de turismo, a SOL está ligada diretamente ao Ministério do Turismo e a SANTUR à EMBRATUR.

o Ministério do Turismo. A elaboração do PDIL não contou com ajuda do Governo Federal, a não ser em algumas ações bem específicas por meio de recursos captados.

5.2 INSTITUCIONALIZAÇÃO DA INSTÂNCIA DE GOVERNANÇA.

A fim de esclarecer o processo de instalação da Instância de Governança, procedeu-se a um relato paulatino das ações empreendidas na região. Com isso, foi possível identificar alguns agentes de promoção do turismo regionalizado, as possibilidades de articulação entre os mesmos e qual seria a “sociedade” representada e contemplada nas reuniões realizadas. Os agentes identificados foram as Prefeituras, o Governo do Estado, as Secretarias de Desenvolvimento Regional, a Associação de Entidades Privadas e a Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte (SOL). A sociedade civil presente e contemplada pelas associações e deliberações foram as empresas e entidades privadas em sua maioria. Nesse texto, elas também são consideradas forças em ação no território turístico em formação. Os dados a seguir foram retirados dos Relatórios de Atividades do SCC&VB⁴³, dos anos 2007, 2008 e 2009, disponíveis no sítio: <http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>.

O primeiro Encontro de Regionalização do Turismo foi organizado pelo Órgão Oficial de Turismo e pela Secretaria de Turismo, Esporte e Cultura do Estado de Santa Catarina. Ele foi realizado no dia 29 de novembro de 2007. Na ocasião, houve a apresentação do município de São Joaquim como município indutor do Turismo na região da Serra Catarinense. De acordo com o prefeito de São Joaquim, o município teria sido escolhido *destino indutor* do desenvolvimento turístico em virtude do andamento dos trabalhos de saneamento básico que haviam sido realizados no município. No estado de Santa Catarina, o Ministério do Turismo definiu três destinos indutores: além de São Joaquim, estão Florianópolis e Balneário Camboriu (SÃO JOAQUIM, 2007). Nessa oportunidade, também foi colocado que seria formada a Instância de Governança da Serra Catarinense. A partir de janeiro, daqueles anos, o Governo de Estado de Santa Catarina começaria a fazer as articulações necessárias para realização da mesma.

⁴³ Os relatórios onde as informações foram encontradas são: SCCVB 2007; 2008b; 2009a; 2009b; 2009c; 2009d; 2009e; 2009f; 2009g; 2009h; 2009i; 2009j.

O Serra Catarinense Convention Visitors Bureau naquele momento passou a funcionar como Órgão Executor da Instância de Governança, que começaria a ser instalada oficialmente, a partir de março de 2008. Nesta fase, foi desenvolvido o planejamento inicial de apresentações do projeto em cada município. Todo trabalho foi coordenado pelo Sr Edemar Santana de Liz, representante da SOL, para organização da Regionalização do Turismo na Serra Catarinense.

Em 09 de janeiro de 2008, ocorreu a primeira reunião do presidente do Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau (SCCVB) com o Sr Edemar Santana de Liz para discutir a Instância de Governança. A partir desse momento, deu-se início às reuniões de sensibilização para a formação da Instância da Serra. A primeira delas aconteceu no município de São Joaquim, no dia 29 de janeiro de 2008, na Prefeitura Municipal. A reunião contou com o *trade*⁴⁴ turístico do município. Na oportunidade, vários empresários manifestaram total apoio ao projeto e registraram também suas expectativas em relação ele.

A mesma atividade aconteceu com os empresários de Urubici. A reunião aconteceu dia 18 de janeiro de 2008, no salão do Urubici Park Hotel. Na ocasião, também estava presente a Sra Elisa Santana de Liz, gerente da Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte do Governo de Santa Catarina. Outras reuniões como essa foram realizadas nos municípios que haveriam de compor a Instância, a exemplo de Lages, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro. Uma peculiaridade comum às reuniões é que, após tratar dos projetos iniciais de formação de uma Instância e da importância das associações tanto empresariais como dos setores públicos, o Convention aproveitava para tratar de questões específicas a sua Associação. Então, questões como captação de mais associados ou resolução de inadimplências eram também resolvidas na oportunidade em questão.

À medida que as reuniões avançavam, novas propostas eram somadas àquelas referentes às reuniões anteriores e, dessa forma, a Instância começou a compor um corpo relativamente independente. As reuniões de apresentação do projeto da Instância foram substituídas por reuniões do Conselho da Instância de Governança. Na ocasião, projetos diretamente relacionados ao turismo na Serra Catarinense são propostos e discutidos. As reuniões são regulares, acontecendo uma vez por mês e cada uma em um município diferente.

⁴⁴ *Trade* Turístico: “conjunto de agentes, operadores, hoteleiros e prestadores de serviços turísticos, que incluem restaurantes, bares, redes de transporte, etc” (BRASIL, 2008c, p. 119).

24 de março de 2008 foi o dia em que se realizou uma reunião na sede do SCCVB para traçar as primeiras ações relativas à visita da Ministra de Turismo, Sra. Marta Suplicy, e da instalação da Instância de Governança por meio do Fórum de Regionalização do Turismo. A Prefeitura de São Joaquim é a sede do Convention e Visitors Bureau e sede também da Secretaria de Desenvolvimento Regional de São Joaquim (SDR – SJ). O Fórum de Regionalização foi um evento programado para acontecer no dia 17 de abril na Casa da Cultura em São Joaquim.

A Secretaria de Desenvolvimento Regional de São Joaquim esteve reunida, entre 02 e 14 de abril de 2008, com secretários municipais de turismo e representantes do Serra Catarinense Convention e Visitors Bureau, para discutir a organização do 1º Fórum de Regionalização do Turismo.

No dia 16 de abril de 2008, aconteceu na Casa da Cultura em São Joaquim, o 1º. Fórum de Regionalização do Turismo e consequente a instalação da Instância de Governança da Serra Catarinense. O evento foi organizado pela SOL (Secretaria de Cultura, Esporte e Turismo do Governo do Estado de Santa Catarina), pela SANTUR (Órgão de Turismo do Estado), apoiado pelo Serra Catarinense Convention e Visitors Bureau e a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Regional de São Joaquim e de Lages. Houve também o apoio da Prefeitura Municipal de São Joaquim. Na ocasião, todo o *trade* e as autoridades da Serra Catarinense, que foram convocadas, fizeram-se presentes e participaram ativamente dos debates.

Após a realização do Fórum, em 22 de abril de 2008, aconteceu a reunião do Grupo Operacional Tático da Instância de Governança da Serra Catarinense e 1ª reunião do Conselho da Instância de Governança. Esse encontro foi realizado em Urubici na Tele Sala - Secretaria de Turismo. A reunião tratou de Ações integradas de desenvolvimento e prioridades.

No dia 06 de maio de 2008, aconteceu, na Casa do Turista, em São Joaquim, a 2ª reunião do Conselho da Instância de Governança da Serra Catarinense, para tratar de Projetos prioritários apresentados na 1ª reunião pelos representantes de cada município.

Em 21 de maio de 2008, acontece em Bom Retiro, na Associação dos Funcionários da Prefeitura, a 3ª reunião do Conselho da Instância da Governança da Serra Catarinense. Dentre os assuntos gerais tratados, estavam o Modelo de coleta de lixo e saneamento em Bom Retiro; o orçamento e projetos para festas regionais; a preparação para

participação no Salão de Turismo em São Paulo⁴⁵, a se realizar no mês de junho.

Em 03 de junho de 2008, em Rio Rufino, houve a 4ª Reunião do Conselho da Instância de Governança da Serra Catarinense, que tratou sobre: Simulação e distribuição de modelos de elaboração de projetos, o destino do lixo da Serra, a promoção do fórum sobre o destino do lixo da Serra Catarinense, capacitação profissional, verbas, entretenimento, gastronomia e assuntos em geral.

No dia 24 de junho de 2008, ocorreu uma reunião mensal do Conselho Administrativo do Convencion & Visitors Bureau, realizada em Urupema no Gaio's Parque das Trutas. Tratava especificamente sobre: a participação ativa dos representantes e do envolvimento com os associados em seus municípios; ajuste das mensalidades para próximas gestões; participação das Prefeituras; avaliação da administração que atuava na época; e, por fim, a instalação da Instância de Governança na sede do SCC&VB. Nesse momento, a prefeitura São Joaquim, além de sediar a Secretaria de Desenvolvimento Regional e o Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau, passa a alojar, também, a Instância de Governança da Serra.

No mesmo dia, houve mais uma reunião do Conselho da Instância de Governança. Foi eleita a Diretoria da Instância e também um representante para cada uma das quatorze Câmaras Temáticas do projeto. Um dos assuntos tratados foi a promoção do Fórum "Serra Mais Limpa" que, meses depois, aconteceu em São Joaquim. Um detalhe acerca desse Fórum é importante mencionar.

No dia 18 de julho de 2007, o SCC&VB deu início à campanha "Serra Ainda Mais Limpa". Tratava-se da coleta organizada de óleo vegetal usado na cozinha. Todo o associado que viesse a participar da campanha deveria se inscrever no Convention que providenciaria um contato com a empresa responsável pela coleta. A partir desse contato, a empresa se colocaria para a entrega de reservatórios de plástico apropriado e padronizado a fim de que o produto fosse armazenado. A empresa "janeiro-captação e transportes" iria apanhar o material usado e daria o destino apropriado ao óleo vegetal. A responsabilidade sobre o vasilhame ficaria a cargo do associado. O contato, caso fosse a preferência, poderia ser efetuado também diretamente com a empresa.

⁴⁵Salão Turismo – Roteiros do Brasil, que aconteceu em junho de 2008. Naquela ocasião foram apresentados 337 roteiros, envolvendo 916 municípios e 165 regiões turísticas (BRASIL, 2008d).

Em cada município, o Convention aconselhava ser feito acordo com um posto de distribuição de combustíveis, a fim de que este fosse o receptor de volumes pequenos e de tal forma que toda a população pudesse depositar também pequenas quantidades. Esse seria um modo de tornar a cidade mais limpa. A população, nesse momento, deveria ser avisada do movimento que estaria à disposição deste serviço. A solicitação aos representantes do Conselho Administrativo do Convention de cada cidade foi realizada, a fim de que fizessem contato com um ou mais postos de distribuição de combustíveis de sua cidade, caso quisessem colaborar com a campanha.

O Convention tinha interesse em obter os dados dos volumes coletados. Objetivavam ter uma estatística da evolução da campanha. A responsabilidade por esses dados ficaria com a empresa que faria a coleta nos oito municípios que compõe o Convention, a saber: Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Lages, Lauro Muller, Rio Rufino, São Joaquim, Urubici e Urupema. O principal argumento da campanha era o de que “[...] um litro de óleo polui um milhão de litros de água”

Um ano decorrido, desde o início da campanha pela Associação dos empresários hoteleiros da Serra Catarinense, a campanha se tornou uma medida da Instância de Governança que, algum tempo depois promove o Fórum “Serra Mais Limpa”. Ou seja, a campanha das entidades privadas depois se tornou bandeira política da instância tripartite da Serra Catarinense. O evento acontece então em São Joaquim, no dia 20 de agosto de 2008. Nessa ocasião, estiveram presentes os representantes municipais.

Na primeira etapa do Fórum, houve palestra e os representantes de cada município participante expuseram ações desenvolvidas em suas cidades. Na segunda etapa, com a formação de grupos de trabalho foram levantados, discutidos e apresentados temas relacionados ao recolhimento, processamento e destino do Lixo (SCCVB, 2008b).

Um pouco antes, no dia 08 de julho de 2008, aconteceu a Reunião da Instância de Governança da Serra Catarinense, no município de Bom Jardim da Serra. Dentre os assuntos discutidos, pertinentes à Instância de Governança, tratou-se da visita da Assessora do Ministério de Turismo, Sra. Tânia Zapata, em São Joaquim, agendada para 4 e 5 de agosto de 2008⁴⁶.

⁴⁶ Não constam, no relatório de Atividades do Convention, informativos posteriores sobre essa visita. No entanto, a professora e socióloga Tânia Zapata esteve no estado de Santa Catarina, no mês de agosto de 2008, a fim de visitar os municípios do estado considerados destinos indutores do turismo: Balneário Camboriú, São Joaquim. Nessa ocasião, alguns eventos foram

Em 28 de outubro de 2008, cerca de dois meses depois de ter acontecido o Fórum “Serra Mais Limpa”, houve uma Oficina de Trabalho, que tratou do Planejamento da Instância de Governança Regional. Nessa reunião, estiveram presentes o representante do Ministério do Turismo, Sr Ricardo Cerqueira, e a Gerente de Políticas de Turismo do Estado, Sra Elisa Wypes Sant’Ana de Liz. Aconteceu em São Joaquim, na Casa da Cultura. Foram discutidos e definidos vários assuntos, dentre eles, a forma e o nome da Instância de Governança.

A partir desse momento, a Instância passou a funcionar em forma de Conselho e foi nomeada de Conselho de Turismo Serra Catarinense (CONSERRA), que teria fundamental importância para o desenvolvimento do turismo regional. Foi registrado em ata que, naquela ocasião, a Instância Serra Catarinense estava sendo considerada uma referência entre as Instâncias de Governança dos 65 destinos Indutores do Brasil.

No dia 23 de março de 2009, acontece a primeira reunião do ano do CONSERRA na cidade de Bom Retiro. A partir desse momento, o Convention, em suas atas, não faz mais o relato das atividades tratadas durante as reuniões do Conselho de Turismo. A exceção da reunião subsequente, os registros restringem-se à referência de que estiveram presentes nas reuniões e ao agradecimento à cidade que as sediavam, muito embora as reuniões do Convention tenham acontecido no mesmo dia das reuniões do Conselho, a exemplo do que já acontecia e do que aconteceu no encontro de Bom Retiro.

Em 31 de março de 2009, foi realizada a Oficina de Trabalho da Instância de Governança, na Casa da Cultura em São Joaquim. Contou com a presença do palestrante Sr Ricardo Cerqueira da SOL (Secretaria de Estado da Cultura, Turismo e Esporte), tratando do seguinte assunto: monitoramento e acompanhamento da Oficina de Planejamento Estratégico da Instância de Governança Regional da Serra Catarinense.

Em 14 de abril de 2009, a cidade de Lauro Müller sediou a Reunião do Conselho Administrativo do Serra Catarinense C&VB. No mesmo dia e local, foi realizada a reunião do CONSERRA. Do mesmo modo que a reunião em Lauro Miller, em 19 de maio de 2009, aconteceu em Urupema a Reunião do Conselho Administrativo do Serra Catarinense C&VB e a reunião do CONSERRA.

Em 16 de junho de 2009, mais uma reunião Conselho Administrativo do Serra Catarinense CVB e do CONSERRA foi

realizada, dessa vez na cidade de Rio Rufino. Nesta data, ficou definido que a reunião subsequente aconteceria em Urubici, no mês de julho, que, no entanto, foi transferida para a primeira quinzena de agosto. Essa reunião só veio a acontecer em 20 de agosto de 2009, e foi sediada no município de Lages. Não houve qualquer explicação acerca da mudança de sede. Na ocasião, foi confirmada a inclusão da cidade de São José do Cerrito ao CONSERRA (Conselho de Turismo Serra Catarinense). Aqui não houve reunião do Convention associada ao CONSERRA.

Em 06 de agosto de 2009⁴⁷, o presidente do Convention, Sr Ivan Cascaes, juntamente com o Sr Edemar Santana de Liz, Diretor Executivo do CONSERRA, estiveram presentes no evento de lançamento do Projeto ACORDE⁴⁸, em São Joaquim. Este evento que contou com a presença de personalidades do estado e da região.

No tocante às reuniões subsequentes àquela realizada em agosto de 2009, pelo Conselho de Turismo Serra Catarinense, não foi possível trazer informações visto que as atas de reunião disponibilizadas pelo Convention em seu sítio (<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>) só vão até o referido mês⁴⁹.

À procura de informações sobre os modos de articulação e funcionamento, assim como, da constituição do CONSERRA, três aspectos do processo de regionalização chamaram a atenção. Um deles foi a relação de interdependência entre a Instância de Governança da Serra Catarinense e o Convention & Visitors Bureau da Serra Catarinense. O segundo diz respeito às ações encaminhadas pelas organizações estaduais de turismo, com as quais a política regional de turismo deve estar alinhada. E o terceiro foi a inconstância da presença da Prefeitura e Secretaria de Turismo de Urubici no encaminhamento das atividades da Instância de Governança Serra Catarinense. Os três

⁴⁷ A última ata do Convention e Visitors Bureau, a que foi possível ter acesso, é a de setembro de 2009. Nesse mês, não há registro de reunião do CONSERRA.

⁴⁸ O projeto ACORDE é uma realização da UNIVALI em atividade conjunta com o Governo do Estado. Inicialmente, foi implantado no município de São Joaquim como projeto piloto. Caso obtivesse sucesso, o projeto seria aplicado aos outros municípios da Serra Catarinense. A primeira reunião do Projeto-piloto ACORDE São Joaquim aconteceu em 23 de janeiro de 2009. Em setembro do mesmo ano, o Convention havia solicitado dados estatísticos levantados pela equipe do Projeto ACORDE à Secretaria de Planejamento de Florianópolis.

⁴⁹ Posteriormente foi possível ter acesso a um resumo dos Relatórios de Atividades do SCCVB correspondente ao ano de 2010, mas neste não havia informações sobre a sistemática das reuniões realizadas pelo CONSERRA. Em contato com o Conselho, a organização afirmou não poder disponibilizar as atas de reunião para consulta.

assuntos serão trabalhados de maneira separada, cada um em um item específico.

5.3 RELAÇÃO CONSERRA E CONVENTION BUREAU.

No processo de instalação da Instância de Governança e posterior constituição do Conselho de Turismo Serra Catarinense, o Convention esteve muito participativo das principais deliberações. De início, se colocou como órgão que daria subsídios à constituição da Instância, medida que o Governo Federal sugere para que as regiões efetivem sua política de gestão. Se a instância não existe, é preciso escolher algum órgão gestor do turismo na região para assessorar e encaminhar os primeiros passos do processo de regionalização (BRASIL, 2008b). Esse é como um estágio necessário para a relativa autonomia de um órgão de Conselho. No caso da Serra Catarinense, esse órgão de apoio foi o Convention.

À medida que o tempo passava, e mesmo quando a Instância já estava instalada, o Convention, entretanto, continuava sendo uma entidade sempre presente. Suas reuniões de conselho administrativo eram realizadas, na maioria dos casos, no mesmo dia da reunião da Instância e logo após as últimas deliberações de regionalização. Alguns relatos, que mostram o cruzamento de atividades das entidades, são a reunião do dia 18 de janeiro de 2008 (momento em que a Instância realiza reunião de sensibilização em Urubici e o Convention trabalha a captação de associados e questões de inadimplência); reunião do dia 24 de junho de 2008 (ocasião em que há uma reunião do conselho administrativo do SCC&VB e em que é definida a diretoria da Instância de Governança); reuniões que trataram da campanha “Serra Mais Limpa”, visto que esta era uma campanha do Convention e que, como já mostrado, vira uma bandeira política da Instância/CONSERRA (03 de junho de 2008, 24 de junho de 2008, 28 de agosto).

Nesse percurso de constituição da Instância de Governança e do CONSERRA, chamou a atenção que, a partir do mês de março de 2009, o Convention tenha deixado de transcrever as temáticas em pauta nas reuniões do Conselho. Isso poderia fazer supor que houvesse, por parte da SCC&VB, um afastamento das atividades da entidade que é responsável pelo processo de regionalização da Serra. A partir do mês de março, o Conselho é instalado e passa a ter secretaria própria que pudesse lavrar ata e, talvez, não precisasse mais das ações do Convention para registros dos seus projetos.

No entanto, observando os documentos do Conselho, o Estatuto Social, o Projeto da Diretoria e o Metaplan 2008, foi possível perceber que a relação de interdependência entre o Convention e o ConSerra ainda se mantém. São duas entidades separadas, com atas lavradas por secretaria diferentes, mas a sede do Conselho ainda é a sede do SCC&VB. O Conselho também intervém em favor da associação dos agentes privados. No Projeto Diretoria, por exemplo, consta como ação do CONSERRA solicitar a veiculação do sítio do Convention com o sítio da Santur.

Outro aspecto importante dessa parceria entre SCC&VB e CONSERRA diz respeito às ações pontuais que o Conselho encaminha e que estão fundamentadas em perspectivas que muito se assemelham com as demandas que o Convention manifestou nos últimos três anos de administração (2007/2009). Uma dessas ações foi a realização do Fórum “Serra Mais Limpa”, inicialmente, uma proposta do Convention que, um ano depois, se torna um evento realizado pela Instância de Governança.

Dentre as ações encaminhadas pelo Convention, seria possível separá-las em: captação de recursos públicos junto às instâncias públicas municipais e estaduais e algumas empresas privadas; ações políticas de agradecimento e participação de eventos organizados pelas secretarias de estado e municipais; política de Marketing e divulgação da Serra Catarinense para mercados internacionais e nacionais; colaboração no processo de elaboração de roteiros turísticos para o mercado internacional, junto ao Órgão Oficial de Turismo (SANTUR); realização de eventos para promoção do turismo na região; encaminhamento de pedidos que solicitem melhoria de infraestrutura dos municípios componentes da Associação.

Consta, no Projeto Diretoria do CONSERRA (2008), como de sua competência, a articulação com Instâncias da região, sejam elas privadas ou públicas; captação de recursos para implementação de projetos, assessoria no encaminhamento e elaboração de planos e projetos dos municípios. Dentre os fatores a serem observados no processo de regionalização do turismo, ainda aparecem: a) infraestrutura dos serviços, b) material para divulgação, c) vontade política, d) visual da cidade, e) comércio voltado ao turismo, f) geração de trabalho e renda; g) participação comunitária.

O Metaplan (CONSERRA, 2009b) consiste nos objetivos e metas para os anos de 2008, 2009 e 2010, levantados pela SANTUR e pelo *trade* turístico da Serra Catarinense. Neste documento, estão reunidas ações já encaminhadas e a serem encaminhadas pelo CONSERRA, no decorrer de três anos. As ações estão divididas com

base em Câmaras Temáticas e a partir de atribuições. Algumas dessas ações foram solicitações do Convention frente a algumas entidades políticas, cerca de um ano antes da constituição do Conselho como Instância de Governança.

Exemplos das ações comuns propostas pelas entidades, que, a propósito, em sua maioria tratam da urbanização e construção de infraestrutura turística nos municípios componentes do Conselho: construção de pátios em algumas cidades, a exemplo de Urubici; ações nas Rodovias de acesso aos municípios da Serra; implantação Sinalização Turística nas Rodovias da Serra Catarinense; substituição das lombadas físicas por eletrônicas; saneamento básico de esgoto nas cidades de Urupema (coleta), Urubici, Rio Rufino, Lauro Muller, Bom Retiro e Bom Jardim da Serra, São Joaquim (captação e tratamento); estacionamento no Morro da Igreja em Urubici; teleférico na Serra do Rio do Rastro / Lauro Muller; realização do Projeto, relógio - termômetro: Lauro Muller, Rio Rufino, Urupema (2 unidades), São Joaquim (2 unidades), Bom Jardim da Serra e Urubici (2 unidades).

Algumas dessas ações não foram necessariamente as mesmas. A solicitação de lombadas eletrônicas nos relatórios de atividade do Convention trata, em um primeiro momento, dos sete municípios que compõem o SCC&VB; em um segundo, da cidade de Lauro Muller (SCCVB, 2007; 2008, respectivamente). Quando da responsabilidade do Conselho, o que aparece é a substituição de lombadas físicas por lombadas eletrônicas, no percurso situado entre os municípios de Turbarão e Lages (CONSERRA, 2008b, p. 3). O que se evidencia nos documentos citados é uma continuidade política das ações das duas instâncias. Outras ações, no entanto, são exatamente as mesmas, a exemplo da construção de estacionamento no Morro da Igreja e realização de saneamento básico no município de Urubici (SCCVB, mai./jul./ago. 2007; mai./ 2009f; CONSERRA, 2008b, p. 3).

De certo modo, infraestrutura turística, embelezamentos dos atrativos turísticos, capacitação de recursos humanos para os serviços são ações que atravessam as duas entidades. Considerando que o turismo visto pelo Ministério, é o turismo da “Indústria” e o propagado pelo Convention é o turismo relacionado a empresas privadas, é possível pensar o “tipo de turismo” que é praticado pela associação das duas instâncias. É um turismo com pouca relação com a população da cidade, a não ser para torná-los capacitados ao exercício do serviço turístico, da

hospitalidade, da gentileza⁵⁰. O que se poderia dizer sobre a constituição do turismo em Urubici é que comunidade ou sociedade civil organizada haveriam de implicar um segmento específico da indústria turística.

De acordo com Israel (1991), os projetos de financiamento e créditos públicos para a agricultura, em geral, se caracterizam como diversas formas de compras de produtos e insumos industriais. Isso fica manifesto na relação agricultor familiar/produção industrial que se estabelece a partir da década de 1970, em Urubici. Corrêa & Gerardi (2002) também tratam disso com relação ao cultivo da maçã, que ganha destaque na década de 1990. Talvez o que se possa perceber aqui é que, mesmo se tratando de outra atividade, o desenvolvimento do turismo por meio de recursos públicos está relacionado com atividades do tipo econômicas.

5.4 POLÍTICA ESTADUAL DE TURISMO – AÇÕES DA SANTUR.

No Projeto Diretoria desenvolvido pelo CONSERRA, no ano de 2008, e válido para os anos subseqüentes de 2009 e 2010, consta, entre os objetivos e metas do Conselho: “apoio e promoção e divulgação do produto turístico do estado; [...] adoção e padronização dos roteiros estabelecidos e das regiões turísticas em comum com a política pública do estado” (CONSERRA, 2008, p. 3). Em virtude dessas assertivas e do fato de que o processo de regionalização, embora conceda relativa autonomia dos municípios, está pautado em deliberações de ordem macroestrutural, por meio de políticas públicas, procede-se a uma breve exposição de algumas atividades desempenhadas pelo Órgão Oficial de Turismo do Estado para promoção do turismo da Serra Catarinense. São, principalmente, atividades que foram encaminhadas entre os anos de 2007 e 2009⁵¹.

Em geral, nesse período de três anos, a SANTUR esteve envolvida com atividades de captação de mercado estrangeiro, em que empresários e representantes de outros países aparecem na Serra, ou na própria SANTUR, a fim de conhecê-la e estimular tanto a vinda de turistas estrangeiros para a Serra quanto as *Fam Tripps*⁵², atividades nas

⁵⁰ No Projeto da Diretoria do CONSERRA consta, como meta para os anos 2008, 2009 e 2010, o incentivo à participação da população local na prestação de serviços turísticos.

⁵¹ A fonte para essas informações foram os Relatórios de Atividades do Convention & Visitors Bureau, disponíveis somente para os anos citados.

⁵² Boa parte dessas reportagens está disponível no sítio da SANTUR, página: http://www.santur.sc.gov.br/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=41&Itemid=19.

quais jornalistas visitam a Serra a fim de produzir matérias jornalísticas em meios televisivos ou escritos de divulgação; ainda, realizar reuniões e encontros que promovam e estruturam o turismo e a participação em eventos da Serra.

5.4.1 Captação de mercado estrangeiro.

Em fevereiro de 2007, aconteceu uma reunião na SANTUR para tratar da continuidade do trabalho desenvolvido por ela junto aos mercados Americano, Canadense, Português. O objetivo fora firmar a Serra Catarinense como destino turístico.

Em abril de 2007, especificamente entre os dias 17 e 19, a SANTUR foi recebida pelo Convention juntamente com o Ministério do Turismo, a empresa “Cavalcadas Brasil”, operadoras de turismo de Portugal e a TAP (Transportes Aéreos Portugueses) em uma “Missão Portuguesa”. A reunião no Rio do Rastro Eco Resort teve o objetivo de conhecer a região serrana a fim de desenvolver pacotes para Turismo Equestre.

No dia 04 de abril de 2008, ocorre o encontro promovido pela SANTUR e uma de suas contratadas a IBI Ásia - Pacific Consultoria Ltda, em Florianópolis. Foram recebidos representantes de dezessete grandes operadoras de turismo dos Estados Unidos, ocasião em que deram prosseguimento a um trabalho que a SANTUR já vinha fazendo para atrair turistas americanos. As despesas foram patrocinadas pela SANTUR e Convention & Visitors Bureau de Florianópolis.

O presidente do Convention juntamente com a SANTUR, em 22 de agosto de 2008, recebeu a visita de um jornalista e cinegrafista da Lanchile, para a realização de um documentário sobre a Serra Catarinense, para que fosse exibido nos aviões da Lanchile no Chile.

Em 11 de maio de 2009, o presidente recebeu a jornalista da TV RECORD de Portugal, Sarah Albrecht com a finalidade de gravar cenas da Serra Catarinense para programa a ser veiculado para a Europa, Ásia e África. A rede em que o programa será distribuído abrangerá 152 países. O evento faz parte da parceria entre SANTUR, Empresa de Marketing Internacional IBI ÁSIA e *trade* turístico da Serra Catarinense.

Oito agências de turismo da França, em 06 de junho de 2009, foram recebidas no Hotel Rio do Rastro Eco Resort. Essa recepção foi uma parceria da SANTUR com a operadora Sur du Brazil a fim de debater um roteiro turístico da Serra Catarinense.

5.4.2 Fams Tripps.

Entre os dias 10 e 15 de março de 2008, realizou-se um Fam Tripp, recepção de jornalistas na Serra Catarinense. A visita teve em vista a coleta de material para desenvolver matérias sobre o destino catarinense. Estiveram presentes os seguintes veículos de comunicação: Revista Terra/Portal Ig Turismo/ Revista Viaje Mais/ Revista da Tam. A SANTUR ofereceu apoio, cedendo o traslado. O jantar foi oferecido na FENAHORT, em Urubici⁵³.

Nos dias 12, 13 e 14 de abril de 2008 aconteceu um Fam Tripp de 6 jornalistas americanos, conduzidos pelo titular da IBI Ásia - Pacific Consultoria Ltda, empresa vencedora da concorrência para o desenvolvimento do turismo, de Santa Catarina, nos seguintes países: Estados Unidos, Portugal, Canadá, França e Itália.

O Fam Trip português da revista "Todo Terreno" aconteceu em 15 de julho de 2008. Os jornalistas vieram pela SANTUR conhecer a região da Serra Catarinense para atrair turistas portugueses. O trabalho de Fam Trip, de acordo com o SCC&VB, faz parte do Planejamento Estratégico da SANTUR. É uma promoção SANTUR e Hotéis de Santa Catarina que fazem parte do Roteiro definido pela SANTUR.

5.4.3 Formações de redes internacionais para o desenvolvimento do turismo.

Em 02 de julho de 2008, houve a participação do presidente do Convention em reunião em Florianópolis com um grupo de empresários, Secretaria de Cultura, Turismo e Esportes do Estado e SANTUR. O intuito era a criação de uma rede brasileira de turismo responsável. A ideia da rede é inspirada em uma entidade existente na comunidade europeia teria vistas a facilitar a vinda de turistas europeus para Santa Catarina e para o restante do país.

No dia 04 de setembro de 2009, a Secretaria de Cultura, Turismo e Esportes do Estado viabilizou projeto de visita à Itália. Uma comitiva de cinco lideranças da Serra Catarinense fez esta viagem em visita técnica à Itália, numa região geograficamente muito parecida com a Serra Catarinense. Tiveram a oportunidade de trazer experiências e ideias que poderiam ser desenvolvidas na região.

⁵³ O *fam trip* não ficou restrito a Urubici. Esteve em outros municípios, os quais ofereceram lanches e jantar.

5.4.4 Apoio na Promoção de Eventos Realizados na Serra Catarinense.

Em janeiro de 2007, ocorreu a 1ª Exposição da Serra Catarinense na Casa de Santa Catarina, em São Paulo. A exposição foi organizada pela SANTUR e pela Secretaria de Estado de Cultura, Turismo e Esporte de Santa Catarina. Lá, a SANTUR ofereceu duas palestras sobre a Serra Catarinense dirigidas a agências, operadoras de turismo e imprensa. Produtos de alguns associados ao Convention foram mostrados e distribuídos. Os associados presentes foram a Secretaria de Turismo de São Joaquim (três produtos), a Secretaria de Turismo de Lages (quatro produtos), a Secretaria de Turismo de Urubici (26 produtos), a Secretaria de Turismo de Urupema (um produto), a Secretaria de Turismo de Bom Retiro (um produto), a Secretaria de Turismo de Bom Jardim da Serra (três produtos), a Federação de Convention e Visitors Bureaux do Estado de Santa Catarina (um produto). A SANTUR esteve presente e levou cinco produtos.

No dia 12 junho de 2007, houve reunião na Secretaria de Cultura, Esporte e Turismo do Estado, com o secretário de Turismo, Cultura e Esporte juntamente com o presidente da Federação de Convention & Visitors Bureau de Santa Catarina. A reunião tratou da subsistência do Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau.

Em 5 de maio de 2008, o Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau promoveu, em parceria com a Federação de Conventions de Santa Catarina, o Coquetel de Lançamento do “Show Case da Serra Catarinense”, na Casa do Turista, em São Joaquim. Estiveram presentes o Secretário de Estado da SOL, que era o Secretário de Cultura, Esporte e Turismo e também Deputado Estadual; Federação de Conventions & Visitors Bureaux de Santa Catarina; SANTUR; Sra. Solange Pagani – Secretaria de Desenvolvimento Regional de São Joaquim; Prefeitos de São Joaquim e Urubici; Secretaria de Turismo de Urupema, representando a prefeitura; Secretaria de Turismo de Bom Retiro, representando a Prefeitura; Secretaria de Turismo de Lages representando a prefeitura; Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH); Termas de Piratuba; demais autoridades e convidados.

Em 10 de fevereiro de 2009, foi realizado contato com o presidente da SANTUR, Sr Valdir Walendowski, no qual o presidente do Convention solicitou o apoio da entidade junto ao Governador do Estado Sr Luiz Henrique da Silveira, para o ‘1º Festival de Inverno da Serra Catarinense’ e para o ‘Rally Internacional dos Campos da Serra’.

Neste contato, o Convention teve o apoio integral do presidente da SANTUR, não só para os assuntos citados, mas para tudo que estivesse ao seu alcance a respeito do turismo na Serra.

Em 14 de junho de 2009, aconteceu uma reunião entre o presidente do Convention e o presidente da SANTUR para que este noticiasse que a SANTUR iria atender ao pedido do SCC&VB, quanto à reimpressão do Guia Turístico “Descubra a Serra Catarinense”.

As atividades da SANTUR, nas passagens trazidas acima, não tratam especificamente de ações conjuntas com o CONSERRA, mas com o SCC&VB e outras organizações tais como empresas aéreas, agências de turismo, agências de marketing, emissoras de televisão, periódicos jornalísticos escritos. O relatório dessas atividades foi realizado por dois motivos: a relação proximal que o Convention e o CONSERRA possuem, como já foi citado; e porque, independente das ações pontuais do CONSERRA, a SANTUR tem ações bem definidas, como Órgão Oficial do Turismo, e que precisam ser encaminhadas. Estas passagens foram somente alguns exemplos. A partir desses dados, pode-se observar como é desempenhada a política de turismo encaminhada pelo estado para os municípios e regiões turísticas de Santa Catarina.

Um modo de abordar o trabalho da SANTUR, a partir do que foi exposto, é considerar que ele se divide em ações voltadas para o desenvolvimento do marketing de “produtos turísticos” (um destino turístico é um produto) em território nacional e internacional, e ações que estimulem a promoção do turismo por parte de outras instâncias no território da Serra Catarinense. Estas atribuições, identificadas junto à região da Serra, são convergentes com o que a Secretaria de Turismo, Esportes e Cultura propõe como função do Órgão Oficial de Turismo do Estado, a saber: promover e divulgar os produtos turísticos catarinenses, “de acordo com a política estadual do lazer” (SANTA CATARINA, 2010a).

Na visão da Secretaria de Cultura, Turismo e Esportes, a SANTUR parte de temas especializados, desempenha seu trabalho por meio de elaboração de circuitos turísticos integrados, além de realizar um “contínuo exercício junto aos principais mercados emissores do Brasil e do Cone Sul” (SANTA CATARINA, 2010b). Encontravam-se, entre as estratégias necessárias para o desenvolvimento das propostas, ações com jornalistas especializados em turismo e economia, visita aos agentes de viagens e participação nos principais eventos da atividade, distribuição do material promocional; encontros comerciais.

Para a política de estado, talvez o foco principal seja quais os meios necessários para trazer o turista ao destino e não tanto à construção de uma destinação turística. Para esse trabalho, o órgão de turismo aparece vinculado à Associação das empresas turísticas e às instâncias públicas municipais e regionais. A política de estado para o turismo estaria relacionada à produção de um marketing de lazer a fim de atrair turistas nacionais e internacionais.

O produto turístico que caberia ao CONSERRA difundir, junto aos municípios que constituem a Serra Catarinense, é o produto turístico de mercado e, no caso específico, principalmente o mercado internacional. Os investimentos direcionados ao turista estrangeiro são grandes. Além de receptivo de agências e empresas para composição de roteiros específicos para determinadas nacionalidades, ainda existem convênios a fim de que se pratique no país o tipo de turismo que acontece no exterior.

5.5 RELAÇÃO ENTRE URUBICI E A REGIÃO “SERRA CATARINENSE”.

Posterior à pesquisa nas atas do Convention, em busca de dados sobre o processo de Regionalização do Turismo, foi importante observar passagens que se referissem ao município de Urubici. A partir desse exame, foi possível observar o jogo de relações entre o município e as instâncias produtoras do turismo no estado e na região da Serra Catarinense.

O acesso às atas do Convention & Visitor Bureau da Serra Catarinense foi realizado por visita ao sítio do mesmo. Embora tenha sido criado em 2003, só é possível encontrar para download das atas referentes ao período que vai de março de 2007 a setembro de 2009. Esse é o momento em que nova diretoria é empossada, e que há uma pequena mudança no estatuto da organização. A partir do ano de 2007, foram necessários dois representantes por município, compondo o Conselho Administrativo.

Em janeiro de 2007, ocasião da mudança de gestão, houve um aumento da contribuição dos municípios associados. A prefeitura de Urubici passou de uma contribuição de R\$700,00 para R\$1.500,00, que deveriam ser pagos mensalmente. Esse pagamento, a propósito, é o referente à prefeitura do município e não à mensalidade dos outros associados. O valor correspondente a estes últimos não foi possível constatar.

No ano de 2007, Urubici era um município com dezenove empresas, lojistas etc., mais a prefeitura dentre os associados do Convention. Era o município com segundo maior número de associados. Perdia a primeira posição para São Joaquim, município sede do Conventions & Visitors Bureau Serra Catarinense. Em setembro de 2009, Urubici tinha 22 associados mais a prefeitura. Era o terceiro município com mais associados. O segundo lugar havia sido alcançado pelo município de Bom Jardim da Serra, com o número de 24. O município com maior número de associados, no período de análise, era São Joaquim. Em 2009, tinha 49 associados.

O exame de Atas do Convention mostra que a prefeitura só efetivou o pagamento da contribuição referente ao ano de 2007. Nos anos de 2008 e 2009, as contas ficaram em aberto e mesmo as contas referentes a 2007 só foram pagas em 2008. No primeiro semestre de 2007, o pagamento não havia sido feito porque a proposta de sociedade entre o Convention e a Prefeitura de Urubici tinha parado na Câmara de Vereadores e esperava por aprovação. Nesse período em que a proposta esteve parada, o Convention realizou encontros com o prefeito de Urubici a fim de mostrar a importância de um Convention para o turismo de um município. Reuniões e encontros como esses aconteceram em maio de 2007 e em 5 de junho de 2007. Na segunda ocasião, o prefeito da cidade afirmou que, se a proposta fosse aprovada, o pagamento seria imediatamente feito. As Atas do Convention acusam que, em julho de 2007, a proposta foi aprovada pela Câmara de Vereadores.

A proposta aprovada na Câmara ficou, então, parada no gabinete do prefeito esperando aprovação. No dia 27 de fevereiro de 2008, o Presidente do SCC&VB e a Secretária Executiva Ana Marcondes estiveram em reunião na Prefeitura de Urubici para tratar da cobrança das mensalidades do ano de 2007 ainda em aberto, referentes ao convênio firmado entre o SCC&VB e Prefeitura e de pendências com o SEBRAE, assumidos pela gestão anterior. O Prefeito se comprometeu a analisar e passar um posicionamento posteriormente. Sobre sua participação, na gestão daquele ano, ficou definido que em 11 de março de 2008, seria repassado, via depósito em conta, o valor do que estava em aberto nos débitos da Prefeitura com o SCC&VB. Os valores referentes a 2008 e 2009 ainda estariam em débito.

O município de Urubici, nos anos de 2007 e de 2008, no que diz respeito à participação da prefeitura, não esteve muito presente nas atividades elaboradas pelo Convention. Poucas foram as reuniões ocorridas no município em questão. O Convention é composto por oito

municípios e, a cada mês, a reunião do conselho administrativo acontece em um município diferente. Fazem parte do Convention as seguintes administrações: Rio Rufino, Urubici, São Joaquim, Bom Jardim da Serra, Urupema, Lages, Bom Retiro, Lauro Miller.

Em 27 de abril de 2007, o Convention foi à cidade de Urubici para um Curso de Capacitação de Recursos para Municípios, realizado no Salão do Fórum. O curso foi ministrado pelo Sr. Jorge Augusto da Silva do INDESC (Instituto de Desenvolvimento Sustentável de Santa Catarina) e Secretaria de Estado de Desenvolvimento Regional de São Joaquim.

O Convention realizou uma reunião do seu Conselho Administrativo no dia 24 de abril de 2007, em Urubici. Na ocasião, os participantes da reunião foram contemplados com a participação do Prof. Nelson Barretto e Prof. Helio Firmino, que fizeram uma explanação sobre o repovoamento dos rios com trutas. Na mesma ocasião, foram feitas visitas técnicas às Fazendas Cambuím e Fogo Eterno, ambas direcionadas a hospedagem rural. Também participaram da reunião o Srs. Prefeitos, Antônio Zilli, do Município de Urubici, e Jair José Farias, do Município de Bom Retiro.

Em 2008, nenhum registro foi encontrado. Esse quadro de ausências, referente ao município de Urubici nas Atas do Convention, muda um pouco no ano de 2009.

Em 14 de março de 2009, o Convention esteve em Urubici na abertura da FENAHORT (Festa das Hortaliças). Visitaram o estande do SCC&VB. Junto com o Vice-Presidente, Rômulo Aberbeck de Oliveira e os dois representantes da cidade de Urubici, Walfried Wollinger Filho e Sérgio Lima, visitaram toda a feira e fizeram contato com os representantes políticos presentes: Governador, Senadores, Deputados Federais, Deputados Estaduais e Prefeitos.

No mês de junho de 2009, houve em Urubici, um treinamento com o SEBRAE, referente à divulgação e comercialização dos roteiros da Serra Catarinense. Estes roteiros seriam lançados, divulgados e comercializados no 4º Salão de Turismo em São Paulo, entre os dias 1º e 5 de julho de 2009. O Convention se fez presente nesse treinamento.

Em 11 de agosto de 2009, realizou-se uma reunião do Conselho Administrativo do SCC&VB, em Urubici, na sala de reuniões do Urubici Park Hotel. Contou com a presença de grande maioria dos representantes dos municípios e dos Secretários de Turismo da Serra Catarinense.

Já em 26 de agosto de 2009, diretoria do SCC&VB esteve presente na reunião, em Urubici, com a participação de representantes

dos municípios do Convention; o Secretário de Estado do Turismo, Cultura e Esporte, Sr. Gilmar Knaesel; a SANTUR (Órgão Estadual de Turismo), com Sr. Valdir Walendowski e Flavio Agostini; a Secretaria de Desenvolvimento Regional de São Joaquim (SDR-SJ), com Sra. Solange Scortegagna Pagani e Valéria Bleier, entre outros convidados. O tema da reunião foi “Opinião Interna do Plano de Marketing da Chias Marketing⁵⁴ para Santa Catarina”.

A partir do exposto é possível observar que havia, entre os anos de 2007 e 2008, um “desinteresse”⁵⁵ por parte da administração local, em fazer parte da organização das empresas e associações privadas, como é o caso do Convention & Visitors Bureau. Inicialmente, a prefeitura só aparece nas atas para justificar a ausência no pagamento do convênio firmado com a organização das empresas privadas. O “desinteresse”, no entanto, não é observado no ano de 2009.

No início do ano, há o Festival da Horta em Urubici. Neste momento, o município recebe, dentre outros, personalidades políticas do entorno catarinense e alguns associados do Convention. Depois, há um curso de capacitação de recursos humanos do município, evidenciando uma preocupação com qualidade dos serviços oferecidos pelo município. Por fim, duas reuniões interessadas em discutir a política de marketing do município com relação ao turismo. Uma relativa aos roteiros da Serra Catarinense e a outra, ao plano de marketing turístico de todo o estado. Urubici, nesse momento, consegue pleitear a posição de sede de uma discussão de âmbito estadual.

Essa mudança na posição política do município com relação ao turismo pode estar relacionada ao momento em que uma nova gestão assume a prefeitura. O ano de 2008 foi ano de eleição e o quadro de funcionários e de representantes do município foi alterado. Com isso, pode ter havido uma mudança de posição política no que diz respeito ao turismo.

O que não é possível dizer é se essa posição favorável ao desenvolvimento do turismo no município tem uma relação direta com uma aproximação da prefeitura nos assuntos concernentes ao

⁵⁴ Empresa de consultoria responsável pela análise dos 116 roteiros apresentados no 3º Salão Turismo – Roteiros do Brasil, do ano de 2005. Essa análise produziu subsídios para a elaboração do plano nacional de marketing “Cores do Brasil”.

⁵⁵ “Desinteresse” aqui é colocado entre aspas na medida não se sabe ao certo os motivos do não pagamento da mensalidade referente a Associação ao Convention por parte da prefeitura do municípios. Poucos foram os documentos analisados sobre essa situação e o que se pôde constatar foi somente a ausência de pagamento e as ações desenvolvidas pela associação das entidades privadas para reverter esse quadro.

Convention, que aparece como convidado de eventos que acontecem no município. A única atividade específica para com a política do Convention é a reunião do conselho administrativo. Considerando que a sede de uma reunião do Conselho é de caráter rotativo, entre os municípios associados, mesmo que a existência de uma reunião no município chame a atenção, não significa um total apoio à política da associação das empresas privadas. Esse aparente afastamento, da política do município com relação à posição da entidade, poderia vir justificado pela ausência de pagamento no que diz respeito ao Convênio firmado. Mas essa conclusão pode ser precipitada.

Urubici sempre foi presença forte nas atividades do Convention. Isso, porém, não quer dizer que tenha sido por meio de participação da prefeitura, porque sempre houve um número de associados, entre pequenos empresários, lojistas, que ultrapassava o de outros municípios. Em uma exposição do turismo da Serra Catarinense no estado de São Paulo, no ano de 2007, Urubici foi o município que mais levou produtos a serem divulgados. O evento foi a 1ª Exposição da Serra Catarinense na Casa de Santa Catarina, em São Paulo, e o número de materiais de divulgação que a Secretaria de Turismo de Urubici levou foi de 26 unidades. As Secretarias de Turismo de São Joaquim e Bom Jardim da Serra levaram três itens cada uma; a de Lages quatro itens de divulgação. A Secretaria de Urupema e Bom Retiro levaram, ambas, um item (SCCVB, 2007).

Um ponto a ser considerado, segundo as atas do Convention, em passagens específicas ao processo de regionalização, dentre as reuniões do Conselho de Turismo Serra Catarinense (antiga Instância de Governança) do mês de julho de 2009, uma deveria acontecer no município de Urubici; no entanto, tal reunião foi cancelada. A reunião de junho, acontecida no município de Rio Rufino, fez referência a essa reunião em Urubici, mas atentou que não havia ainda data certa. A reunião de julho não aconteceu. Somente em agosto, o CONSERRA se encontrou e isso aconteceu no município de Lages.

Em Urubici, no entanto, não deixaram de acontecer atividades relativas ao turismo do município. No mês de julho, nada foi registrado nas atas do Convention. Mas em junho, há um curso de divulgação e roteirização turística. Em agosto, mais duas reuniões: a do Convention e a do Governo do Estado. Talvez a inviabilidade da reunião do CONSERRA, em julho, e a mudança de sede para a reunião, no mês de agosto, se devam ao fato de que Urubici, com duas reuniões marcadas para sediar, no mês de agosto, teria ficado sobrecarregada. Por excesso de atividades, talvez tivesse dificuldades de sediar mais uma reunião.

Outro ponto. Nos meses entre março e junho de 2009, as reuniões do Convention aconteceram no mesmo dia em que a reunião do CONSERRA fora convocada. Esta, ocorrendo no horário de 14h e a do conselho administrativo do CVB, às 16h. No mês de agosto, as reuniões acontecem em dias e cidades diferentes: a do CVB, em Urubici, e a do CONSERRA, em Lages (Conforme as atas de março, abril, maio, junho, junho, agosto de 2009).

Não haveria uma explicação imediata para essa possível “divergência” no tocante às reuniões das entidades. Talvez tenha acontecido que as demandas das entidades, no decorrer do “amadurecimento” – o tempo e a constâncias das reuniões favoreceram outra composição de forças - tenham tomado rumos diferentes. Certo, entretanto, é que, no sítio do Ministério (www.turismo.gov.br), consta, como interlocutora responsável pelo processo regionalização do turismo na Serra Catarinense, a mesma pessoa que é secretária do Convention e tesoureira do Conselho Serra Catarinense. Certo também, é que a Prefeitura de São Joaquim, ainda em janeiro de 2010, é sede administrativa tanto do Convention quanto do CONSERRA. O que não inviabiliza, ainda assim, que as propostas e projetos das duas entidades tenham sofrido diferenciações quanto às prioridades das ações.

Um aspecto que é importante mencionar é que, talvez, o município de Urubici, a partir de suas estruturas administrativas, encaminhe um projeto de desenvolvimento do turismo diferenciado daquele que apresentam o CONSERRA e o Convention. A análise do discurso sobre o turismo difundido pelo sítio da prefeitura mostra um interesse em difundir o Ecoturismo no município. Ao que parece, as ações municipais de turismo estão cada vez mais direcionadas à difusão desses aspectos concernentes ao turismo de Urubici.

6 ANÁLISE CARTOGRÁFICA DO PROCESSO DE TURISTIFICAÇÃO EM URUBICI.

A cartografia, diferentemente da arqueologia e da genealogia, não é um método definido por Michel Foucault. Em alguns textos, Michel Foucault indica que trabalha por meio de cartografias, mas não as conceitua nem as assume como método. Leitores de Foucault, no entanto, buscam desmembrar o tema do *dispositivo* no autor, e, para tanto, procuram definir o que seria uma cartografia a partir de seus escritos. No texto “O que é um dispositivo?”, Deleuze (1990) afirma que a Cartografia é o método de análise dos *dispositivos*:

Desemaranhar as linhas de um dispositivo é, em cada caso, traçar um mapa, cartografar, percorrer terras desconhecidas, é o que Foucault chama de ‘trabalho em terreno’. É preciso instalarmo-nos sobre as próprias linhas, que não se contentam apenas em compor um dispositivo, mas atravessam-no, arrastam-no, de norte a sul, de leste a oeste ou em diagonal (DELEUZE, 1990, p. 1).

Michel Foucault ([1979]2006c) em entrevista “Sobre a história da Sexualidade” define o dispositivo como:

[...] um *conjunto decididamente heterogêneo* que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma o dito e não dito são elementos do dispositivo. O dispositivo é a *rede* que se pode estabelecer entre esses elementos⁵⁶ (FOUCAULT, [1979]2006c, p. 246).

⁵⁶ *Grifos nossos.*

Em Michel Foucault ([1979]2006c), um dispositivo é constituído de elementos heterogêneos que formam uma rede de atuação. Mas ele comporta outra dimensão, que não é tão estrutural, constituindo jogos de relação entre os sujeitos e as estruturas de uma *rede*. Já o dito é definido pela esfera dos discursos. Ele pode compreender diretrizes, o programa de uma instituição, decisões regulamentares, enunciados científicos, todos coletados em uma infinidade de documentos.

Segundo Deleuze (1990), a *rede* que Foucault define como *dispositivo* é um conjunto multilinear. Para Deleuze, cada uma dessas linhas está quebrada e submetida a variações de direção. Não há continuidade entre as mesmas.

Deleuze (1990) afirma que “as três grandes instâncias que Foucault distingue sucessivamente”: saber, poder e subjetividade são linhas do *dispositivo*. São instâncias que não possuem contornos definitivos, mas seriam “cadeias de variáveis relacionadas entre si” (p. 1). De acordo com Deleuze (1990), saber, poder e subjetividade configuram linhas de visibilidade e dizibilidade, linhas de força e objetivação, linhas de subjetivação e de fratura.

Dizibilidade e visibilidade dizem respeito à regularidade de um dispositivo. Para Deleuze (1990), um *dispositivo* é uma maquinaria óptica que, além da função de “pintura”, opera modos de ver uma dada realidade. Em outras palavras, o dispositivo assume uma dimensão arquitetural. A luz que recai sobre um objeto não é geral, muito menos o objeto sob a ação de um *dispositivo* é pré-existente. Luz e objeto são resultados da ação operativa de um dispositivo.

As linhas de fazer falar operam a dimensão de dizibilidade e, no entanto, não se referem, *a priori*, a um sujeito ou a um objeto. Assumem, pelo contrário, a posição de regimes de enunciação; operam regularidades e distribuem posições diferenciais para os elementos de que dispõem. Em *Arqueologia do Saber*, Michel Foucault (2008) classifica esses elementos como: objetos, modalidades enunciativas (ou posições para os sujeitos), conceitos e estratégias. Para Deleuze (1990), a historicidade de um *dispositivo* é feita pelos regimes de luz associados aos regimes de enunciação.

Linhas de força e de objetivação correspondem à dimensão do poder, em Michel Foucault. As linhas de força, de certo modo, estão situadas nas linhas precedentes, de um ponto singular a outro, e constituem linhas que penetram coisas e palavras. São peças do dispositivo que sempre conduzem a “batalha”. As linhas de força, em geral, são invisíveis e indizíveis. Aparecem sempre mescladas às linhas

discursivas, mas em compensação são indistinguíveis delas. As linhas de objetivação referem-se à dimensão própria da realidade, resultado da conjunção de linhas de fazer ver e dizer e de linhas de força. São o efeito da maquinaria multilinear.

À dimensão da subjetivação em Foucault, Deleuze (1990) indica linhas de subjetivação e linhas de fratura. As primeiras correspondem à dimensão do “si mesmo”, de um sujeito, de uma realidade. Acontece quando as linhas de força se curvam, fazem meandros, não entram em relação linear de atuação com outras forças. Como efeito do contato com outros vetores, a subjetivação é a condição do voltar-se para si mesma, afetar-se a si mesma. A linha da fratura de um *dispositivo* consiste em um processo de individuação, seja de grupos ou de pessoas, ocasião em que um processo de subjetivação ocorre e as dimensões de um dispositivo são ultrapassadas. Como linhas de fuga, as linhas de fratura podem induzir à formação de outro dispositivo, embora não seja certo que esse processo seja uma constante. Essa passagem acontece quando o “choque” dessas linhas e provocam processos de subjetivação, de transformação de um dispositivo a outro.

De acodir com Deleuze (1990), realizar uma cartografia a partir dos elementos usados por Foucault em seus trabalhos é percorrer as linhas do eixo saber-poder-subjetividade.

Em um primeiro momento, para o desenvolvimento desta sessão, decidiu-se realizar uma cartografia dos sítios que abordavam o turismo em Urubici e, com isso, observar o percurso descontínuo de um *dispositivo* de turistificação. Duas, portanto, foram as estratégias de pesquisa: primeiro, identificar algumas instâncias de incitação discursiva e depois singularizar os discursos sobre o turismo emitidos a partir de cada uma delas. O objetivo dessas análises era enfocar que o turismo não é uma prática natural, mas múltipla e produzida em meio a relações de discursos e de poder com as quais estaria articulada.

O outro critério de método adotado foi o de que a escolha das instâncias, das forças do processo de *turistificação* urubiciense, fosse determinada pela localização das mesmas. Interessava, para esse trabalho de pesquisa, não trazer os discursos referentes ao turismo de acordo com as instâncias de macropoder, do Estado e das políticas públicas. A pesquisa nos jornais do Diário Catarinense fez ver, dentre outras coisas, o caráter local da produção turística em Urubici. Desse modo, foi interesse, nesta terceira parte do trabalho de campo, focar nas práticas, domínios, jogos de forças e estratégias entre as organizações e forças atuantes localmente. Todas as instâncias apontadas estão geograficamente situadas na região da Serra Catarinense ou no

município de Urubici. Para tanto, as instâncias escolhidas foram: 1) Associação dos Municípios da Região Serrana; 2) Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau; 3) Arranjo Produtivo Local do Turismo da Serra Catarinense; 4) Acolhida na Colônia, 5) Portal da Serra Catarinense; 6) Prefeitura Municipal de Urubici.

Além de procurar mapear um complexo *dispositivo* de poder e as práticas turísticas em Urubici, era importante efetuar também uma descrição *espacializante* dos discursos (FOUCAULT, [1979]2006b). Foi o caso de identificar estratos discursivos, talvez enunciados, mapear a diversidade de percursos para os turistas que chegam ao município e com isso observar os espaços de luta entre o turismo, centrado no município, e o turismo centrado na região para que algumas práticas se efetivem. O intuito dessa estratégia de análise é levar em consideração os espaços geográficos do município de Urubici, que também são espaços políticos e não somente espaços de lazer. Além do mais, os espaços percorridos no município podem dizer muito sobre os tipos e classes de indivíduos que circulam pela cidade, sobre o tipo de força que atua em suas atividades.

Para esta pesquisa, partiu-se do princípio de que o espaço turístico, produzido no município de Urubici, era múltiplo e heterogêneo. Um mesmo espaço turístico apresentava diferentes turistas, para os quais eram desenhados roteiros e circuitos turísticos. Em Urubici, poderíamos identificar o turista que visitava especificamente a cidade, mas também aquele que veio em busca do produto turístico Serra Catarinense. Para tanto, as associações produtoras do turismo desse espaço foram, em um primeiro momento, identificadas a partir da composição de municípios referentes a cada uma das instâncias.

As entidades, que apresentam formas do fazer turístico, são compostas por municípios, embora o designativo de suas organizações, em sua maioria, venha acompanhado do nome “Serra Catarinense”, e não comportam os mesmos agrupamentos. A AMURES, por exemplo, comporta dezoito municípios; o Convention & Visitor Bureau, oito. Fogem um pouco, a estrutura de associação, a Prefeitura de Urubici e a Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia. A primeira, por se referir a um município somente. A segunda, por se tratar de duas regiões oficiais e dois municípios que, no momento, se preparam para compor o programa da Acolhida. A importância de dar atenção ao território que as entidades ocupam serve para pensar o quanto o turismo pode ser disputa de associações *geopolíticas*. Isso, na medida em que os tipos de turismo atuantes em Urubici, na maioria dos casos, implicavam uma produção que advinha de uma articulação entre variados municípios. As

organizações, embora situadas em outros municípios, ou que, em muitos casos, não diziam respeito exclusivamente a Urubici, disputavam com o município seu espaço turístico.

O segundo movimento para demarcação do espaço turístico foi buscar as ações empreendidas para o turismo e o objetivo de suas associações. Todas elas trabalham em prol do desenvolvimento turístico, mas os modos de realização desse desenvolvimento são diferenciados. Duas das entidades trazidas tratam do turismo focado no município, outras duas focam o desenvolvimento do destino turístico. Consequentemente, os elementos e o campo de ação, produzidos para o turismo, são diferenciados. O terceiro passo foi apresentar o campo e os elementos turísticos disponíveis para a prática. Por fim, buscar o repertório das atividades que as entidades propõem.

6.1 SERRA CATARINENSE CONVENTION & VISITORS BUREAU.

O Convention & Visitors Bureau⁵⁷ da região da Serra Catarinense (SCC&VB) foi fundado em 13 de fevereiro de 2003, no município de São Joaquim. No processo de Regionalização do Turismo, ele constituiu um das principais forças em atuação. Embora a Instância de Governança Serra Catarinense tenha sido criada para se responsabilizar oficialmente pelo processo de Regionalização do Turismo, esta foi estratégia governamental gerida e estimulada, principalmente, pela Associação das Entidades Privadas.

Especificamente com relação ao turismo, a finalidade do SCC&VB é promover o que foi chamado de “Marketing de Destino”. Suas ações compreendem a divulgação dos atrativos turísticos da cidade ou região em que está instalado. Para a realização do seu trabalho, promovem um número considerável de congressos, convenções e eventos de toda ordem, sejam eles nacionais ou internacionais. Nessas ocasiões, o C&VB propõe opções de lazer e passeios, aos visitantes e participantes, antes, durante e depois dos eventos, especialmente aqueles em que o C&VB está envolvido. No caso do SCC&VB, a promoção de

⁵⁷ A origem do Convention & Visitors Bureau (CVB's) remontaria à cidade de Detroit, localizada nos Estados Unidos, no ano de 1886. Detroit, em função de suas fábricas de automóveis e outros bens duráveis, teria sido uma cidade com economia forte e com grande apelo turístico. Um grande número de empresários e homens de negócio, advindo de inúmeros países, aportavam à cidade para participar de congressos, reuniões de trabalho. O fato teria tornado possível a criação de uma organização do segmento “como uma atividade profissional e produtiva”. O modelo estadunidense teria comprovado eficácia e consequentemente fora expandido a centenas de escritórios, estes localizados em países e estados de maior representatividade mundial (SCCVB, 2009a).

eventos, congresso e atividade de lazer, estava relacionada ao turismo realizado na Serra Catarinense. Para tanto, recebem colaboração, por meio de associações entre entidades dos setores privados e público, por meio do gerenciamento de captação ou apoio aos eventos que realizam.

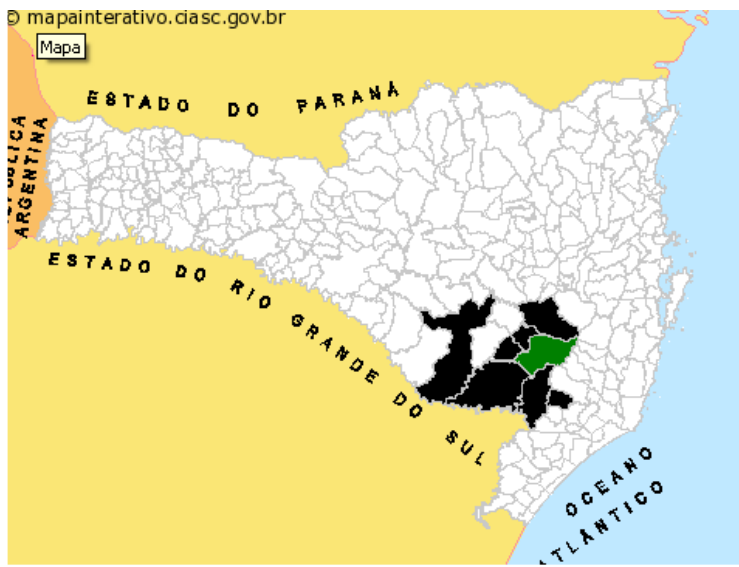


Figura 17 – Municípios que compõem o Convention e Visitors Bureau Serra Catarinense: Rio Rufino, Urubici (em verde), São Joaquim, Bom Jardim da Serra, Urupema, Lages, Bom Retiro, Lauro Miller (Mapa: TETI, M. M).

Fonte: Santa Catarina (2010c).

É uma atribuição também do C&VB aproximar seus associados a outras entidades que atuam no mesmo sentido de promoção e desenvolvimento do turismo. Essas ações, produzidas pelo Convention, visam à entrada de divisas para o município, para o estado e consequentemente para o país. Sem contar que o empenho do trade turístico, somado ao conjunto de entidades públicas e privadas, faria com que o quadro do turismo crescesse de forma planejada e ordenada.

Mas as ações do SCC&VB não se restringiam à promoção do turismo receptivo na Serra. Estavam relacionadas também a ações políticas, articulações público-privadas que implicavam interesses, jogos políticos, na produção do turismo na Serra Catarinense. Associadas ao Convention estão as prefeituras e entidades privadas de oito municípios (Figura 17).

Compõem o Convention & Visitors Bureau empresários, empreendimentos turísticos em geral e as prefeituras dos municípios vinculados às entidades. Para fazer parte da associação, aos agentes é designado um valor mensal de contribuição. A fim de que seus associados efetuem o pagamento da contribuição devida, o Convention possui uma política de direitos e deveres para os associados. Por decisão unânime em reunião da Diretoria realizada em março de 2007, só têm acesso aos benefícios do Convention os associados quites com a tesouraria. Além do que, só participarão do sítio e de outros serviços que a entidade efetua, a exemplo da reedição do Guia da Serra Catarinense “Descubra a Serra Catarinense”⁵⁸ e do “Show Case da Serra Catarinense”⁵⁹, os associados em dia com suas mensalidades.

O jogo de forças, no qual estava inserido o Convention, no entanto, não se restringia ao jogo de interesses políticos internos à composição da Associação. Além de promover o marketing de destino e fazê-lo de acordo com os interesses políticos dos empresários e administrações públicas, que compunham a Associação, o C&VB acumulava funções de órgão técnico, consultivo e deliberativo junto a órgãos oficiais de turismo do setor público referentes ao processo de Regionalização Turismo. Dentre algumas funções, o Convention é órgão sede do Conselho de Turismo Serra Catarinense; é entidade junto ao Ministério do Turismo para implementar o programa de Regionalização do Turismo, via institucionalização da Instância de Governança; é ainda membro oficial do Conselho Estadual de Turismo, organizado pela Secretaria do Estado de Turismo, Esporte e Cultura (SOL). Essa atuação vem no intuito de “colaborar com o estudo e soluções de problemas relacionados ao setor turístico”.

Para tanto, compõe o quadro de atividades do Convention: pleitear, junto a órgãos públicos, iluminação de pontos turísticos, melhoria da malha viária de um município, construção de estabelecimentos turísticos. Atuaria ainda como órgão estimulador do

⁵⁸ Guia “Descubra a Serra Catarinense”. Nessa iniciativa o Convention recebeu apoio, na primeira edição da Tractebel Energia – Suez e na segunda da SANTUR (Órgão Oficial do Turismo). O guia contemplaria os municípios de Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Lages, Lauro Miller, Rio Rufino, São Joaquim, Urubici e Urupema. “No guia podem ser encontrados mapas e dicas da Serra Catarinense, além de calendário de eventos, atrativos turísticos e históricos dos municípios, destinos, hospedagens e gastronomia” (SCCVB, 2009a).

⁵⁹ Revista Show Case. Ela é resultado da associação entre o Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau e a Federação de Convention & Visitors Bureaux do Estado de Santa Catarina. Essa é uma revista para eventos, feita como a finalidade de não mostrar somente ao estado, mas a todo o país magníficos atrativos naturais e culturais, assim como os produtos que a Serra Catarinense pode oferecer (SCCVB, 2008a).

crescimento do setor de viagens e turismo, na qualificação e capacitação de recursos humanos.

A busca de informações sobre o Convention foi realizada no sítio oficial da associação e em panfletos produzidos pela própria organização, além de atas das reuniões realizadas entre os anos de 2007 e 2009. Inicialmente, o que se percebe é o interesse do Convention em promover o turismo com foco em hotéis e pousadas da região e, de certo modo, demais serviços que compõem a infraestrutura turística dos municípios em que atua. Nas palavras do presidente da organização:

[...] o turismo registra desenvolvimento crescente, com suas pousadas temáticas e hotéis-fazenda, que oferecem aconchego, conforto, lazer, rusticidade, culinária típica, sem nunca perder o foco para o atendimento qualificado e diferenciado (SCCVB, 2009a).

Nos espaços de divulgação de seus serviços, oferece uma lista de estabelecimentos comerciais que vão de hotéis, restaurantes a agências de turismo. No “Guia Serra Catarinense”, aparecem para o município de Urubici dezesseis hospedarias, entre pousadas, hotéis-fazenda e hotéis; quatro estabelecimentos ligados à alimentação; dois relacionados a agências e operadoras; dois com serviços comerciais.

Muito pouco sobre os municípios, em geral, é dito. Mas alguns temas emergem nos discursos difundidos pela Associação. No “Guia Serra Catarinense”, o Convention conta que Urubici se localiza no Vale do Rio Canoas, cuja nascente se encontra no ponto mais alto do município. Fala da antiga pertença ao município de São Joaquim e da total independência realizada em 1956. Destaca que a economia do município é baseada na agricultura e que é popularmente conhecida como Terra das Hortaliças, visto ser o maior produtor do estado.

O universo do turismo em Urubici, que o Convention divulga, envolve a diversidade do relevo e paisagens naturais, características que dotariam a cidade de “Tesouros Naturais”. Nesse espaço de natureza e formações rochosas, o turista pode praticar esportes radicais. Dentre eles, pode-se praticar:

[...] rapel, tirolesa e pêndulo nas cachoeiras e paredões, canoagem com botes e canoa canadense, cavalgadas e caminhadas por trilhas com variados graus de dificuldade (SCCBV, 2009a).

Em Urubici, ainda há lugar para saltos de parapente e de asa delta, haveria espaço para arvorismo e para a prática de surfe no Rio Canoas.

Os pontos turísticos produzidos pelos folhetos de divulgação eram: Igreja Matriz Nossa Senhora Mãe dos Homens; Morro da Igreja; Pedra Furada; Mirante; Inscrições Rupestres; Cascata do Avencal; Gruta Nossa Senhora de Lourdes; Cascata Vêu de Noiva; Serra do Corvo Branco; Morro de Ordedeng; Caverna do Rio dos Bugres; Morro do Campestre. Em alguns desses espaços produzidos pelo SCC&VB, a figura do turista está relacionada a visões privilegiadas da cidade e do entorno natural.

Urubici ainda é conhecida pela presença da neve, fortes geadas e baixas temperaturas. Por esse motivo o município é produzido como destino do Turismo de Inverno e divulgado como cidade componente do Roteiro turístico promovido pelo Ministério do Turismo: “Caminho das Neves”. Esta, inclusive, mais uma figura presente no campo discursivo sobre o turismo urubiciense.

Além destes, completam o quadro de atrativos: hospedagem, conforto e gastronomia.

6.2 PORTAL SERRA CATARINENSE.

O Portal Serra Catarinense é um dos portais de turismo mais procurados pela da rede Internet⁶⁰. É um sítio produzido por uma articulação regional, por meio de uma associação entre municípios da Serra Catarinense (Figura 18). Não possui uma sede física, no entanto, propõe roteiros e divulga em seu domínio listas de estabelecimentos comerciais dos municípios associados. O Portal, aliás, hospeda o sítio oficial do Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau. Os municípios que compõem essa associação e o Portal não são os mesmos. Compreendem o campo de ação do Portal Serra Catarinense sete municípios da Serra.

O Portal não exerce uma influência em decisões de âmbito municipal ou estadual junto às prefeituras e ao estado. No entanto, a busca realizada em torno do turismo dos municípios revela práticas e locais específicos de visitação. Do mesmo modo, o turismo de Urubici é difundido de uma forma específica.

⁶⁰ Conferir no Google, a partir do descritor Serra Catarinense (www.google.com.br)

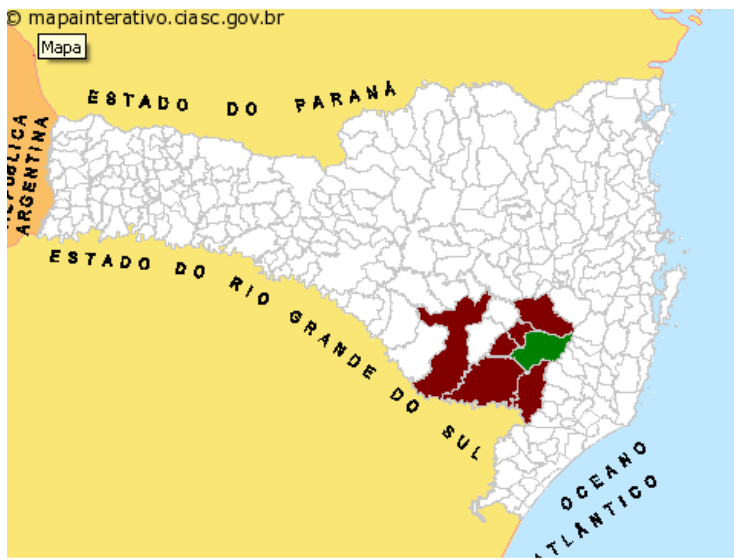


Figura 18 – Municípios que compõem o Portal Serra Catarinense: Bom Jardim da Serra; Bom Retiro; Lages; Rio Rufino; São Joaquim; Urupema; Urubici (em verde) ⁶¹. (Mapa: TETI, M. M).

Fonte: Santa Catarina (2010c).

O Portal da Serra Catarinense não dispõe os objetivos ou mesmo metas que norteariam suas ações de marketing. Há, na página, no entanto, uma relação de conexões (links) que tratam da infraestrutura turística dos municípios. Os instrumentos que compõem a Região, de acordo com o Portal são: Como Chegar; Distância; Bares e Boate; Hospedagem Rural; Hospedagem Urbana; Gastronomia; Eventos; Festas Locais; Agências Bancárias; Agências de Turismo; Locadora de Veículos; Artesanato; Comércio; Indústria; Telefones Úteis; Locais para eventos; Pontos Turísticos; Roteiros Turísticos; Agenda Cultural; Notícias.

Sobre o município de Urubici, o Portal Serra Catarinense fala que é a Terra das Hortaliças e das Belezas Naturais. Os pontos turísticos que aparecem no espaço turístico produzido pelo Portal eram: Morro da Igreja, o ponto mais alto habitado do Sul do Brasil; o único Parque Nacional de Conservação Ambiental do Estado; as principais nascentes

⁶¹ Esses municípios dizem respeito à organização existente até dezembro de 2009. Em janeiro de 2010, somam-se a eles: Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Paineira, Palmeira, Ponte Alta, São José do Cerrito.

do Rio Uruguai que são o Rio Canoas e o Rio Pelotas; o maior número de cachoeiras, quedas d'água e cascatas do Sul do Brasil: são mais de oitenta. O espaço turístico da neve, também era produzido pelo sítio, visto que lá constavam informações que relacionavam Urubici, às temperaturas mais baixas registradas no País: 17°C negativos, em junho de 1996.

O Portal Serra Catarinense destacava, portanto, a produção de um turismo de inverno em torno da cidade de Urubici. O sítio colocava que era uma das cidades mais frias do país, fato inclusive que a tornaria bela. No inverno, era comum ocorrerem fortes geadas e neve, que deixavam o município coberto de branco. O cenário de neve e baixas temperaturas faziam da cidade um verdadeiro “cartão postal”. Mas o cenário de belezas evidente em Urubici, ainda proporcionava a produção de um turismo relacionado à paisagem, ao turismo Ecológico. Nesse cenário de belezas, Urubici era colocada como cenário de tranquilidade e descanso. O município é dotado de belezas naturais. Apresentam-se ao turista colinas, terra diversa, ar puro, matas de araucárias, cachoeiras, cascatas, pássaros, o vento e as encostas da Serra. O turista, em meio a esse campo de ação, seria cativado pelo silêncio e pelas visões produzidas por uma paisagem deslumbrante de ar misterioso e saudável. Se o barulho se faz presente, é resultado da ação das águas, dos ventos, dos animais.

O sítio do Portal, no entanto, traz algumas informações sobre o que seria a passagem de um destino turístico de inverno para um destino de turismo de aventura, evidenciando a produção de mais um território turístico urubiciense. No sítio, essa passagem fazia observar que o campo de ação turística que, em geral, envolvia a relação natureza/tranquilidade estaria mudando para um cenário de interesse para esportistas em geral. Como instrumentos de produção de um destino de turismo de aventura estavam, atividade como o rapel, o parapente, a asa delta e o cross de moto e jeep.

6.3 APL DO TURISMO DA SERRA CATARINENSE.

O Arranjo Produtivo Local da Serra Catarinense (APL) foi um projeto assinado em abril de 2007, a partir de um acordo entre o Convention e Visitors Bureau e o SEBRAE. A reunião foi celebrada no SESC. O projeto, firmado para funcionar por três anos, foi no valor de R\$600.000,00, sendo que 50% desse valor ficariam com o SEBRAE e os outros 50% ficariam com os associados participantes do projeto (SCC&VB, 2007). O público alvo do APL são empresas do *trade*

turístico da Serra Catarinense, associadas ao Convention e Visitors Bureau da Serra Catarinense. No final do ano de 2009, o projeto esperava para ser renovado. O APL do Turismo na Serra constituía mais uma estratégia da Regionalização. São ao todo cinco municípios da Serra Catarinense que participam das atividades organizadas pelo APL (Figura 19).

O objetivo geral seria o de consolidar a Serra Catarinense como destino turístico regional “promovendo a profissionalização dos empreendimentos, a fim de que fosse reduzida a sazonalidade e fortalecido o associativismo e a integração dos empreendedores do *trade* regional” (SEBRAE, 2009). O projeto do Arranjo Produtivo Local visa à estruturação de redes interorganizacionais que reúnam empresas de um mesmo ramo de produtividade, em diferentes municípios.

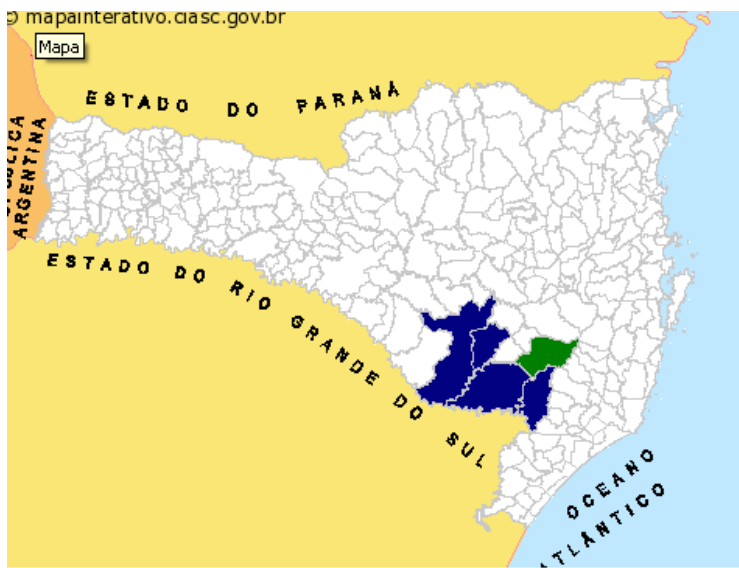


Figura 19 – Municípios que compõem o APL do Turismo da Serra Catarinense: Lages, São Joaquim, Urubici (em verde), Urupema e Bom Jardim da Serra (Mapa: TETI, M. M.)

Fonte: Santa Catarina (2010c).

A página principal do sítio do Arranjo Produtivo Local (APL) do Turismo dá visibilidade a quatro segmentos relacionados ao turismo da Serra Catarinense, a saber: Via Gastronômica; Sino da Neve; Festival

da Truta; Roteiros Turísticos da Serra Catarinense. O destino turístico Urubici é produzido somente pelos Roteiros Turísticos.

Os “Roteiros Turísticos da Serra Catarinense” são produzidos por agências de turismo. Foram desenvolvidos para que o turista pudesse aproveitar a Serra de uma forma rápida com informações objetivas dos pontos turísticos. As atrações, nestes roteiros, são o frio, a gastronomia, cultura, aventura, a educação e a religiosidade. Em alguns casos, os roteiros propõem caminhadas e passeios na natureza; nessas ocasiões, aparece o enunciado de um “divertimento saudável”, que é realizado junto a profissionais especializados. Ao todo, são oito os roteiros que o projeto acompanha. O município de Urubici, especificamente, aparece em três deles. Os Roteiros Turísticos se dividem em: City Tour São Joaquim, City Tour Urubici, Roteiro da Maçã, Roteiro Voo da Curucaca, Roteiro Melhor Idade, Roteiro Diversão Completa, Roteiro Religioso, Imersão em Inglês.

Sobre Urubici, o projeto do APL do Turismo escreve que o município é conhecido como Terra das Hortaliças, por sua natureza exuberante, meio ambiente preservado, matas de araucárias, cachoeiras e cascatas e pela gente hospitaleira. O clima diferenciado é um atrativo da cidade com possibilidades de geadas e neve no inverno. No verão, o município apresenta temperatura amena.

O “Roteiro Melhor Idade”, como mais uma produção discursiva, apresenta aos turistas os atrativos relacionados à cultura, à arqueologia indígena, paisagens características, grutas, atrativos relacionados à religiosidade. Os imigrantes da região, os índios e os tropeiros figuram nas informações concedidas durante o roteiro.

Os objetos turísticos produzidos por esses roteiros foram divididos em duas categorias. A primeira delas contemplava o meio rural, a paisagem local e narração de histórias como as que contam a história dos índios. Faziam parte desse território produzido, os seguintes instrumentos: o Morro da Igreja; a Pedra Furada; o Parque Nacional de São Joaquim; a Cascata Veu de Noiva, para almoço; a Gruta Nossa Senhora de Lourdes; a Igreja Matriz; o Mirante e, por fim, as Inscrições Rupestres. O Folder destaca o enunciado de uma “Urubici, naturalmente bela e hospitaleira”.

Igrejas, cemitérios, festas religiosas, ambiente natural propício a interação dos visitantes eram os objetos turísticos produzidos pelo Roteiro Religioso. Os atrativos que aparecem aos turistas devotos são a Capela Santa Rita de Cássia, o Cemitério de Santa Bárbara, o Mirante de Urubici, a Igreja Matriz Nossa Senhora Mãe dos Homens, a Gruta Nossa Senhora de Lourdes, a Igreja Santa Terezinha e o Cemitério de

Casinhas. Quanto à promoção dos eventos, compõem o campo de exercício do turismo a Romaria da Penitência, em outubro, a Festa das Mães (Nossa Senhora Mãe dos Homens), em maio, e o Encontro apostolado da Oração.

6.4 ASSOCIAÇÃO ACOLHIDA NA COLÔNIA.

A acolhida na Colônia é uma associação de agricultores integrada à Rede Accueil Paysan. Configura mais uma força em ação no espaço turístico urubiciense, com um interesse bastante diferenciado dos outros em ação no campo em desenvolvimento para o turismo. Ela tem a proposta de valorizar o modo de vida no campo através do agroturismo ecológico. Atravessados por esse pressuposto, as famílias de agricultores de Santa Catarina teriam aberto suas casas para o convívio do seu dia-a-dia. O objetivo do Agroturismo Ecológico é o de compartilhar com o visitante os costumes e o cotidiano dos agricultores. Os territórios que fazem parte do projeto da Acolhida são: Encostas da Serra Geral, Regional Ibirama, Urubici, Imbituba (Figura 20).



Figura 20 - Encostas da Serra Geral; Regional Ibirama; Urubici; Imbituba.
Fonte: Acolhida na Colônia (2010).

O Agroturismo Ecológico é uma modalidade de turismo em fazendas. A produção discursiva da Associação destaca proprietários agricultores “cientes da responsabilidade para com a natureza”. Para tanto, eles praticavam e promoviam a agricultura orgânica, que era não só a base de todo o trabalho, mas também meio pelo qual haviam de

garantir alimentação saudável para a família e para o visitante. Atualmente, o Projeto recebe auxílio do Governo do Estado.

Os valores que sustentam a pauta da Associação são: a) O agroturismo que seria parte integrante do estabelecimento rural e constituiria um fator de desenvolvimento local; b) Os agricultores que desejariam compartilhar com os turistas o ambiente em que vivem. Para tanto, a recepção e o convívio dos mesmos acontecem em um clima de troca de experiências e respeito mútuo; c) O agroturismo que deveria praticar preços acessíveis; d) Os serviços que seriam planejados e organizados pelos agricultores familiares, forma pela qual garantiriam a qualidade dos produtos e dos serviços que haveriam de oferecer.

Encostas da Serra Geral e Regional Ibirama são outros espaços, outros territórios para o quadro do turismo da Serra Catarinense, já instituídos pelo projeto da Acolhida. No entanto, atualmente dois municípios contemplam o projeto de expansão: Urubici e Imbituba.

Sobre Urubici o sítio da Acolhida diz que é o lugar “onde o Brasil é mais frio”, que tem neve no inverno e cachoeira no verão. São encontrados em Urubici, o Parque Nacional São Joaquim e matas de araucárias que não parecem estar em risco de extinção. Os pontos turísticos em destaque são o Morro da Igreja e as cachoeiras. Além disso, Urubici tem mesas fartas com pães, geléias, morangos, ou maçãs colhidas no quintal⁶².

A partir da visitação aos atrativos propostos pelo Agroturismo Ecológico, estão produzidas as seguintes práticas: Passeio a cavalo; Trilhas; Pescaria; Banho de Cachoeira ou de Rio; Programação para crianças; Pousada Colonial; Quarto Colonial; Restaurante Colonial; Café Colonial para até quarenta pessoas; Mesa Colonial para quinze pessoas; Educação Ambiental; Agroecologia; Agroindústria Familiar; Armazém da Colônia.

O sítio da Acolhida apresenta, por meio de propostas de Roteiro Turístico, algumas visibilidades, trajetos para o turista da Serra. A primeira delas coloca em destaque passeios de quatro dias na Serra

⁶² Embora o objetivo desse trabalho seja estudar as relações turísticas em Urubici, o turismo nas outras cidades em que já acontece a Acolhida será analisado também. A estratégia é a seguinte: Urubici, como o sítio informa, está com o projeto em construção. Desse modo, é possível acreditar que Urubici sendo inserida como mais uma cidade componente do projeto, deve seguir algumas direções já inscritas nas outras propriedades, nos outros municípios. Chega-se à conclusão de que, no choque das relações de força para a produção do turismo no município campo deste trabalho, é útil acompanhar os investimentos da Acolhida na Colônia como mais uma força para a composição da diversidade turística possível de ser produzida no município de Urubici.

Geral, pelas cidades de Anitápolis e Santa Rosa de Lima, estado de Santa Catarina. O passeio envolve diversão, águas, matas e paisagens. Seriam destaques desse roteiro: trilha na mata, banhos de cachoeira, pesca, fogão a lenha, café colonial, visita à propriedade modelo em agricultura orgânica e manejo florestal sustentável, passeio nas encostas da serra geral, vista as águas termais, rafting nas corredeiras do rio Braço Norte.

O segundo roteiro proposto pelo sítio da Acolhida na Colônia é o que realiza a *turistificação* da cidade de Grão-Pará. O roteiro apresenta comida típica campeira, café colonial e licores. As atrações turísticas são: “Passeios a cavalos, trilhas, banho de rio, cachoeira, pescaria no açude, passeio até a Serra do Corvo Branco” (ACOLHIDA NA COLÔNIA, 2009). Na Agroindústria Orgânica tem cachaça artesanal, açúcar demerara.

6.5 AMURES

AMURES é a Associação dos Municípios da Região Serrana. Foi fundada em 10 de agosto de 1968. É uma entidade com personalidade jurídica, de direito privado, sem fins econômicos e com duração indeterminada. Dentro do campo de produção do turismo na Serra Catarinense, apresenta outro conjunto de interesses, implicando, portanto, em mais uma força de composição do espaço heterogêneo do turismo que atua no município de Urubici. A AMURES busca o desenvolvimento e a integração político-administrativa, econômica e social dos municípios a elas associadas. Sua missão consiste em oferecer apoio aos projetos de infraestrutura, educação, saúde, agricultura, meio ambiente, turismo econômico e social, por meio de parcerias entre os governos municipais, governo estadual e governo federal e a sociedade. As articulações que ela desenvolve giram principalmente em torno da esfera do poder público e suas ações têm o foco na política social da Região da Serra Catarinense. Ao todo são 18 (dezoito) municípios⁶³ que a constituem (Figura 21).

⁶³ Os municípios que compõem a AMURES ocupam uma área de aproximadamente 16km². A superfície na qual estão inscritos ocupa 17,04% do território de Santa Catarina. A população corresponderia a 5% do estado, somando um total de 299.571 habitantes. A economia estaria alicerçada na agropecuária, fruticultura, silvicultura, turismo rural e indústria madeireira. Essa região seria a mais rica do estado, seja em biodiversidade animal ou vegetal. Possui matas virgens e rios de águas cristalinas. Os municípios associados, por meio de limites territoriais e características físico-geográficas, operam uma Micro-região.

O Estatuto Social da AMURES⁶⁴ segue os objetivos previstos na legislação vigente, artigo 114, parágrafo 3º da Constituição Catarinense, além do que respeita as autonomias municipais. No que concerne às disposições gerais da Associação, de três modos são executadas suas finalidades. A primeira categoria de disposições diz respeito às atividades meios das prefeituras. Dentre elas, existem as funções de assessorar os municípios na adoção de políticas públicas, fiscais e administrativas; participar da coordenação de ações para elaboração e implementação de planos local e regional. A segunda categoria de disposições estaria relacionada às atividades fins de suas prefeituras: estímulo à sustentabilidade e o bom uso dos recursos renováveis; auxílio e estímulo a discussão e implementação de políticas públicas visando desenvolvimento local e regional. O terceiro conjunto de disposições estaria articulado a formas de incentivo, promoção de uma cooperação intermunicipal e intergovernamental.

Os interesses da AMURES giram em torno do auxílio aos municípios, seja de uma forma político-administrativa seja no tratamento de questões sociais e econômicas. O turismo está contemplado pela política da organização. Dentre as principais ações da AMURES junto aos municípios está a orientação e o apoio na execução dos projetos de lei e decretos que asseguram o contrato público por licitação de serviços de microempresas e empresas de pequeno porte. (MIPES). Essas medidas ocorrem no intuito de oferecer oportunidades de crescimento para as empresas, evitando a concorrência com grandes empresas já seguras no mercado e com maiores condições de fornecimentos de recursos. Boa parte das medidas e licitações favorece empresas de serviços em geral, e boa parte delas entraria no que é considerado infraestrutura turística.

Precisamente no sítio da AMURES, não há informações sobre turismo nos municípios, mas a associação indica o acesso ao sítio Guia SC, para maiores informações. O texto, que trata do turismo em Urubici, aborda a problemática do potencial turístico da cidade e coloca em jogo figuras do discurso como “paraíso do turismo de aventura”, os “cenários de paisagens”, os “costumes do povo”.

⁶⁴ Informações retiradas do Estatuto Social da AMURES, o qual revoga o estatuto social aprovado em Assembleia Geral de Constituição, com as alterações posteriores efetuadas pela Assembleia Geral de Alterações realizadas “aos 29 dias do mês de julho”, em 1977. O prefeito de Lages lavrou o Estatuto no dia 21 de julho de 2005. Neste ano, a Associação se filiou a FECAM (Federação Catarinense de Municípios). A Federação teria a função de integrar e fortalecer os municípios catarinenses.

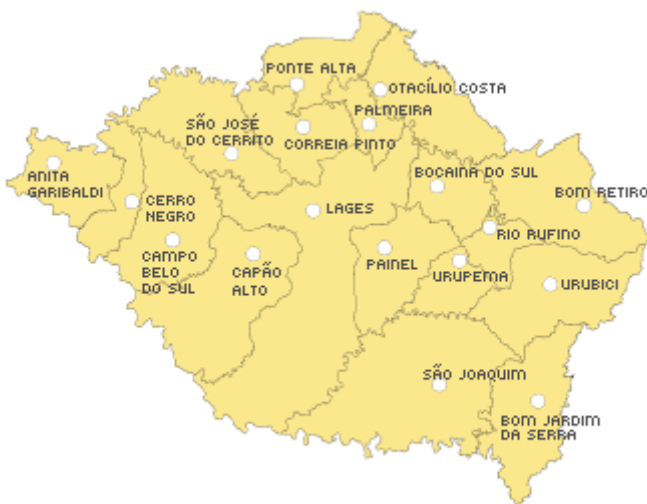


Figura 21 – Municípios associados a AMURES: Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Lages, Otacílio Costa, Painel, Palmeira, Ponte Alta, Rio Rufino, São Joaquim, São José do Cerrito, Urubici, Urupema.

Fonte: Associação dos Municípios da Região Serrana - AMURES (2010).

Urubici, em virtude de seu relevo diverso, é produzido como um dos “paraísos do turismo de aventura no país”. Os programas oferecidos são: descidas de rapel nas cachoeiras e paredões, canoagem nos rios da região que são mais de dez, cavalgadas por “caminhos deslumbrantes” e caminhadas por trilhas com graus de dificuldade diversificados. Há ainda lugar para saltos de asa delta e de parapente e para a prática de arvorismo, uma prática nova, que consiste na travessia por trilhas suspensas interligando as copas das árvores.

O cenário é feito para o exercício de práticas específicas, as quais enfatizam o processo de liberação da adrenalina. Mas Urubici também era encantador porque fazia jus a mais uma figura produzida pelo discurso, a de “Terra dos Tesouros”. Na paisagem “inesquecível”, existem a Pedra Furada, vista a partir do Morro da Igreja, e cascatas como a do Avencal e a Véu de Noiva. Ao todo são mais de 82 quedas d’águas presentes no território do município. O município apresenta a vantagem de que boa parte das atrações ficam na mesma direção, localizadas entre os 30 km que partem do centro da cidade à Serra do Corvo Branco.

A turistificação em Urubici torna-se ainda evidente quando produzida, associada, aos costumes do povo, elemento diferencial de uma visitação. O contato próximo com os costumes do morador urubiciense com seu encanto aparecem somados às belezas naturais.

6.6 PREFEITURA MUNICIPAL DE URUBICI.

O sítio da Prefeitura Municipal de Urubici (URUBICI, 2009) não traz informações sobre as ações da prefeitura, quais os objetivos e finalidades dos seus projetos. É provável que o sítio estivesse em fase de construção. Diversos ícones informativos podem ser encontrados, mas poucos são os que trazem discussões referentes aos temas expostos, tais como licitações, concursos, entre outros. No entanto, ainda assim é possível destacar o discurso oficial presente no sítio e as figuras do discurso produzidas por ele. Nas janelas que falam do turismo, constam os itens Atrativos e Hospedagens e alguns textos temáticos: Cultura, História, Turismo Religioso, Esportes, Lazer, Passeios e Aventuras, Natureza, Ecoturismo e Turismo Rural.

Em um primeiro momento, a prefeitura destaca a história e as etnias que formam o povo de Urubici. Fala que o município pertencia a São Joaquim e sua primeira vila teria sido instalada em 1915. Sua independência só veio a acontecer em 1956. O município foi explorado inicialmente pelos irmãos Manoel e Inácio Saturnino de Souza Oliveira, mas a cidade recebeu influência de várias etnias ao longo de sua história, a saber: portugueses, italianos, alemães, africanos e letões. As belezas naturais seriam o destaque do município. Urubici localiza-se no Vale do rio Canoas, estado de Santa Catarina (Figura 22). Sua nascente fica no ponto mais alto da topografia catarinense, o Campo dos Padres.

Embora as belezas naturais apareçam como o destaque do município, os textos que tratam do turismo especificamente associam a natureza à prática de esportes radicais, do turismo de aventura, e do ecoturismo. No sítio, que não traz informações sobre questões de administração pública, traz extensa descrição de pontos turísticos e esportes que podem ser praticados.



Figura 22 – Município de Urubici, SC, Brasil.

Fonte: Felipe (2010).

Os pontos turísticos apresentados pelo sítio da Prefeitura, em sua maioria, são os acidentes geográficos (Morros, Cachoeiras, Cânions, Serras) e boa parte associados à prática de rapel, parapente, arvorismo, rafting, trilhas e caminhadas. “Natureza exuberante”, “mata verde”, “mar” estão em destaque quando relacionados com as práticas esportivas. Visões panorâmicas do mar e da planície ao fundo, vistas espetaculares como as da Pedra Furada, estão associadas às práticas de altura, subidas em morro, práticas de rapel em cachoeiras, por exemplo. Assim, como cenário encantador, mata exuberante, estão associados a caminhadas e outras práticas que não constituam o que o sítio produz como “perigos iminentes”.

Os níveis de dificuldade dessas práticas seriam diversificados e em quase todas as práticas indicadas existe a orientação para contratação de guias profissionalizados e para o uso de material adequado. Em algumas ocasiões, o sítio fala de história e da população da cidade. Em alguns pontos turísticos, as atividades são pagas porque se efetivam em propriedade privada. A interação com a fauna e a flora aparece em duas ocasiões, como eventos que se manifestariam no caminho para algum ponto turístico.

6.7 CAMPO DE AÇÃO E ELEMENTOS PARA O TURISMO.

Essa sessão busca tornar evidente a visibilidade diversificada dada ao potencial turístico em Urubici. Sítios na Internet, material impresso para divulgação, ambos direcionados a difundir o turismo no município de Urubici, descreveram o potencial turístico do destino com sutis diferenças. Em geral, Urubici aparece associado a matas de araucárias, inúmeros acidentes geográficos, à prática de ecoturismo e ecoesportes. A singularidade do discurso pode vir da forma como os “atributos” urubicienses vêm associados. As diferenças entre as entidades podem fazer referência à ênfase em alguns esportes, ou mesmo com relação ao local em que eles acontecem, se dentro ou fora das estruturas de hospedaria. Também contribuem para essa diferenciação, citar ou não a neve como um atributo do município, embora, até pouco tempo, geadas, invernações, fossem características (quase) indiscutíveis no tocante ao inverno de Urubici. Duas instituições já não trazem mais a neve como um atrativo. Essas diferenças demarcam campos de investimento político na formação de um destino turístico e, conseqüentemente, um investimento político no “potencial” turista que for visitar esse destino.

6.7.1 Ecoturismo e Turismo de Aventura.

A razão de trazer a Prefeitura de Urubici e a AMURES no mesmo tópico de discussão deve-se a algumas características na descrição dos pontos turísticos que se aproximam e de algumas deliberações que a AMURES assume como entidade de auxílio político-administrativo dos municípios. Ambas as instâncias prezam pelo desenvolvimento do município. Uma instância é a prefeitura de Urubici e a outra a Associação dos Municípios e um deles é Urubici.

O marketing turístico recai quase que exclusivamente sobre a produção de um turismo de esportes, de aventura e o ecoturismo. Nas duas instâncias, não aparece informações sobre a economia de Urubici, nem referência ao título de Terra das Hortaliças. Título inclusive que o município ainda incorpora como marca identitária⁶⁵ em outras situações. Outro ponto importante é que os discursos sobre o frio, a neve, ou a geada, não constam em nenhum dos dois sítios. O turismo rural também é produzido pelo sítio da prefeitura, mas a partir de uma listagem de

⁶⁵ A FENAHORT, Festival das Hortaliças, acontece todo ano no mês de fevereiro no município de Urubici.

estabelecimentos com pouca informação acerca dos serviços que oferecem.

A segunda categoria de disposições da AMURES preza por enunciados que tratam do estímulo à sustentabilidade e ao bom uso dos recursos renováveis. O turismo que a prefeitura difunde é o guiado e existem casos em que os pontos turísticos são mantidos por propriedades privadas e cobrados tíquetes de passagem para visitação. Essas seriam duas formas de “bom uso” dos recursos renováveis e de sustentabilidade da prática turística. Os valores podem ser cobrados para a manutenção do espaço e regulação da circulação turística nos mesmos.

A prefeitura de Urubici e a AMURES difundem para o “circuito do turista” o território dos atrativos que compõem o relevo do lugar, a diversidade geomorfológica do município, a natureza exuberante morros, cascatas, formações rochosas, matas de araucárias etc. Em quase todos, há a estrutura turística para a prática de ecoesporte ou esportes de aventura, todos eles ao ar livre. Em alguns casos, propõem trilhas na natureza e visitas às cavernas com inscrições rupestres. Figura, para o turismo de Urubici, difundido pela prefeitura e pela AMURES, quase que exclusivamente o enunciado turístico de “Terra dos Tesouros Naturais”.

A análise dos discursos produzidos por essas instâncias também leva a entender que não é interesse primeiro para elas a hospedagem e os meios para alimentação e transportes usados pelo turista. O importante é a frequência aos atrativos naturais e à prática de esportes. O turista que interessa a esse circuito é aquele que quer sentir altas emoções, liberar a adrenalina e ter visões espetaculares da cidade e do entorno natural.

O Convention & Visitors Bureau promove, em seu sítio e materiais de divulgação, o turismo de esportes, mas não difundiria o mesmo tipo de turismo que a prefeitura e a AMURES. No sítio do Convention, consta uma lista de atrativos geomorfológicos a serem visitados e outra lista de esportes de aventura que podem ser praticados em Urubici, mas não aparece ligação necessária entre eles. O que pode ser justificado pelo fato de que a maioria dos hotéis-fazendas, vinculados ao Convention traz a prática de ecoesporte dentro de seus estabelecimentos.

A pesquisa, que foi desenvolvida nos arquivos do Diário Catarinense, particularmente as edições do ano de 2008 (DIÁRIO CATARINENSE, 2008a, 2008b), mostra que os hotéis de luxo, apresentados por reportagens, destacam algumas modalidades de esportes que o turista pode encontrar dentro dos hotéis. Desse modo, não é necessário ir até o ponto turístico exclusivamente para praticar

esportes. O turista, que os hotéis-fazenda e hotéis de luxo procuram, é o turista que priorize a hospedagem relacionada ao luxo e ao conforto.

6.7.2 Neve, geadas e baixas temperaturas.

O sítio do Portal da Serra Catarinense assim como o Convention referem-se a Urubici como cidade de baixas temperaturas. O Convention lembra que o município faz parte do Roteiro Turístico criado pelo Ministério do Turismo chamado “Caminhos da Neve”. E o Portal da Serra lembra a temperatura mais baixa já registrada no município, no ano de 1996. A neve é um atrativo e a atitude de contemplação está relacionada à composição de um cenário turístico. Os campos urubicienses cobertos de neve emergem como temas, figuras, são comparados a um cartão-postal.

As organizações, que tratam da neve como estímulo ao turismo da cidade, trazem, em suas páginas e roteiros, uma relação de estabelecimentos comerciais e de hospedagem. O marketing que traz o discurso da neve é relacionado às propriedades privadas. Também aparece o discurso da neve nos textos das organizações que ainda relacionam Urubici ao designativo “Terra das Hortaliças”.

Além dos dois já citados, também mencionam o frio e a neve os sítios responsáveis pelas atividades de roteirização, vinculados a empresas e propriedades privadas. O APL, que produziria itinerários turísticos por agências de viagem e outros estabelecimentos empreendedores, mostra Urubici como uma cidade em que pode ocorrer neve. A Acolhida diz que Urubici é o lugar onde o Brasil é mais frio.

O circuito turístico realizado em torno do tema da neve passaria por alguns pontos turísticos, dentre eles os relacionados à cultura, à gastronomia. Em geral, àqueles que dispõem de infraestrutura turística tanto de hospedagem como de alimentação, transportes e de serviços em geral. As hospedarias que estão ligadas a Associação Acolhida na Colônia e ao Convention Bureau, em sua maioria, ficam em comunidades distantes cerca de 10 a 15 km do centro do Urubici, a exemplo das comunidades de São Francisco e Vacas Gordas (DIÁRIO CATARINENSE, 2008a, 2008b). São meios de hospedagem às margens da cidade, onde alguns proprietários, antes de iniciarem a prática do turismo rural, cultivavam hortaliças⁶⁶.

⁶⁶ Os arquivos do DC (DIÁRIO CATARINENSE, 2005, 2006, 2007a), mostram que boa parte das antigas fazendas de plantação de maçã e hortaliças passaram a incorporar o turismo rural na agenda de atividade a fim de diversificar a renda familiar.

6.7.3 Urubici, destino da tranquilidade.

Urubici em duas situações é produzida como “paraíso”: no roteiro turístico da Acolhida e na referência que o Portal da Serra Catarinense faz ao município. Nas duas passagens, a ênfase é para o turismo associado à produção de sentimentos. Sons, imagens, sensações são evocados para descrever a atividade turística no município. A natureza, a fauna e a flora nessas situações seriam os elementos necessários para a sensação de aconchego, tranquilidade, descanso. Em uma das situações, a relação Urubici\terra de descanso e tranquilidade é colocada quando da descrição de um tipo específico de hospedaria, a que pratica agroturismo ecológico. Na outra passagem, a organização, que produz o discurso da tranquilidade, dispõe para o turista o quadro da infraestrutura turística de Urubici.

6.7.4 Seja saudável em Urubici⁶⁷.

A saúde e o bem-estar dos turistas é um ponto comum em quase todos os discursos sobre o turismo em Urubici, independente da proposta em que ele se apresenta. Seja ela Agroturismo Ecológico, Roteiro Terceira Idade ou Religioso ou de Ecoaventura, a saúde é um tema que emerge. Estas figuras aparecem no sentido de uma produção de subjetividade, de um efeito de subjetividade, na qual está contemplada a produção de um sujeito saudável, de um turista saudável. Ao todo são quatro as formas de ser saudável em Urubici e cada uma delas associada a um setor de atividade da produção turística. São eles: hotéis, fazendas rurais, roteiros turísticos, infraestrutura turística de serviços. Todos são estabelecimentos privados.

No portal da Serra Catarinense, tranquilidade, uivo do vento e canto dos pássaros aconteceria em meio ao “ar misterioso e saudável” das montanhas. No sítio da Prefeitura de Urubici, em que informações sobre Turismo Rural foram encontradas, algumas das hospedarias trazem como o foco do marketing o descanso que, a propósito, emerge associado a terapias alternativas, entre elas acupuntura e massagem terapêutica. O Roteiro Melhor Idade traz a saúde vinculada à atividade de lazer, entretenimento, de compras e gastronômica. O Agroturismo Ecológico garante a saúde do turista por meio da alimentação orgânica, ou seja, sem agrotóxicos e ainda produzida em terras familiares.

⁶⁷ Referência ao texto que já existe falando nisso.

7 HETEROTOPIA TURÍSTICA: ESTADOS SUBJETIVOS DE COMPENSAÇÃO, ESPAÇO DE MÚLTIPLAS RELAÇÕES E POSICIONAMENTOS.

A pesquisa sobre a constituição do turismo em Urubici foi empreendida porque importava compreender os jogos de poder e relações de força no processo de *turistificação* do município de Urubici. No ano de 2007, o Governo Federal lançou o Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – *Uma Viagem de Inclusão*, dando continuidade à política já iniciada quando da criação do Ministério do Turismo, no ano de 2003. Na segunda fase da política de turismo do Governo Federal, com o PNT – 2007/2010, teria havido um maior investimento no processo de interiorização do turismo e fortalecimento do mercado interno. Se, antes de 2007, os principais destinos turísticos estavam nas capitais do país e cidades litorâneas, interessava ao Governo Federal expandir esse quadro estruturando destinos turísticos no interior do país.

O foco dessa pesquisa, no entanto, não esteve centrado nas diretrizes e princípios do PNT 2007-2010, mas nas ações locais empreendidas, a partir do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros de Brasil, considerado um macroprograma para implementação das diretrizes dos PNT 2007-2010. Dentre os módulos de aplicação para a realização do panorama de Regionalização, a pesquisa trouxe aquele referente à institucionalização da Instância de Governança.

O objeto desse trabalho foi a constituição de um destino turístico municipal, mas importava fazê-lo se relacionado à constituição da Região Turística da Serra Catarinense. Isso se justifica na medida em que o investimento do Governo Federal para o desenvolvimento do turismo estava centrado na noção da Região. Para que um município pudesse ser fortalecido na atividade turística, deveria estar atrelado à concepção de um turismo regionalizado. A Instância de Governança, como aparelho e estratégia de Regionalização, esteve encarregada do movimento de cooperação e articulação entre municípios circunvizinhos. Além disso, ela foi responsável pela difusão e aplicação dos princípios e diretrizes do Programa de Regionalização. O município de Urubici, no estado de Santa Catarina, consistiu no campo de estudo da pesquisa.

Aplicados à pesquisa da dissertação estiveram, principalmente, os conceitos de *heterotopia* e de *dispositivo*, conforme Michel Foucault. Essa escolha foi realizada visto que, no histórico de trabalho foucaultiano, o tema do turismo não é explorado. As aproximações entre perspectiva teórica e objeto de pesquisa vieram por duas vias. De um lado, ficaram salientadas na ideia de investigar a produção discursiva de destinos turísticos e a relação que eles poderiam ter com os espaços *heterotópicos*. De outro, na produção de um espaço turístico resultante de relações entre saber e poder.

A noção de *dispositivo* nesse trabalho se fez importante, na medida em que constituiu a ferramenta-chave de análise para pensar relações de saber-poder em espaços turísticos. Mas também foi importante porque compõe a *rede* que forma um *dispositivo* de poder, um conjunto heterogêneo de elementos, com funções variadas na passagem de um a outro desses elementos. O espaço do turismo nessa pesquisa foi considerado como um espaço resultante de relações de saber-poder produzindo efeitos de subjetividade e para o qual atuam diversos aparelhos e mecanismos de poder. Cada uma das instâncias e mecanismos tem funções específicas, reproduzem cada uma, a sua maneira, os princípios de Regionalização e somam às inúmeras articulações o exercício de práticas turísticas diversas. Para a execução do presente trabalho de mestrado, considerou-se o processo de turistificação de um destino municipal como um *dispositivo* de poder. A Regionalização, a constituição da Instância de Governança e as diversas redes de articulação entre instâncias de produção discursiva sobre o turismo, foram consideradas estratégias desse *dispositivo de turistificação*.

Estiveram em jogo, no desenvolvimento dessa dissertação, pesquisas arqueológicas, genealógicas e cartográficas, sem conotações continuístas, ou perspectivas lineares para os fatos e eventos. As relações apresentadas, fossem elas discursivas ou de poder, foram pensadas por meio de uma análise das lutas e dos afrontamentos em torno do turismo. Foram também trabalhadas noções de espaço, relações e mecanismos de poder, produção histórico-geopolítica, instâncias de produção discursiva. A partir desses elementos, houve o destaque para o turismo atravessado pela *rede* política que o produz.

Ao todo, foram quatro capítulos de análises e resultados que desenharam formas de exercício para o turismo em geral e para o turismo em Urubici. Interessava, à presente pesquisa de mestrado, mostrar a variedade de forças, de práticas presentes no processo de turistificação de Urubici. A diversidade de métodos aplicados,

associada a uma diversidade de campos a que foram aplicados foi importante na medida em que possibilitou: a investigação de territórios de circulação de sujeitos turistas; a composição de campos de força para a formação de experiências turísticas; auxiliou na composição *geopolítica* implicada na produção de um destino turístico.

Desse modo, o trabalho de campo foi o de criar perspectivas sobre o turismo em Urubici, a partir de diferentes olhares metodológicos a partir dos estudos de Michel Foucault. Se são múltiplos os interesses dos turistas, certamente o são devido à diferença de perspectivas que incidem sobre um mesmo campo de atuação. Os territórios de análise criados a partir da *rede* de discursos e de relações de força, que compõem um espaço turístico, auxiliaram na composição de quadros explicativos a respeito das práticas turísticas existentes no município de Urubici.

7.1 PROCESSO DE EMERGÊNCIA DE UM DESTINO TURÍSTICO.

A análise arqueológica do turismo em Urubici fez observar inicialmente o processo de constituição, de emergência, de um destino turístico.

Urubici, um município de economia agrícola, conhecido como Terra das Hortaliças, teve o seu potencial turístico desenvolvido quando passou a ser relacionado ao encanto de suas paisagens. No entanto, antes disso, fazer turismo em Urubici era visitar morros, cascatas, grutas; esperar a temperatura baixar e a neve cair nos meses de inverno. A recepção dos turistas era geralmente feita em antigas fazendas que haviam aberto suas portas para hospedar visitantes que chegavam à cidade.

O trabalho de guia de turismo era em geral realizado por agricultores quando a renda com as hortaliças diminuía e era preciso diversificar. Geralmente, isso acontecia nos períodos de inverno. A neve e a geada prejudicavam a plantação, mas, em compensação, atraíam turistas. Atuava, nesse período histórico, a racionalidade das hortaliças e o campo, para o exercício do turismo e envolvia, principalmente, elementos como: turismo rural em fazendas antigas, presença da neve, visita turística a acidentes geomorfológicos do município de Urubici.

No decorrer dos anos, o destino turístico emergiu e foi possível observar que o processo de turistificação não é realizado de forma vertical. O quadro do turismo vai sendo modificado, aos poucos, indicando que a produção turística é uma produção com múltiplos começos; ela é uma produção histórica. À medida que os anos passam,

investidores de outros estados somam-se à população local para promover o turismo em Urubici. Em virtude do cenário de araucárias e do entorno natural, propriedades se estabelecem nos arredores do município e o turismo rural, que antes só acontecia em fazendas antigas, passa a ser praticados nos hotéis-fazenda. As atividades que dispõem aos turistas giram em torno dos costumes da população serrana e da lida campeira.

Começa, a partir de então, a ser desenhada uma nova problematização operando no município de Urubici. Não leva mais em conta moradores que chegaram ao município em virtude dos processos migratórios, para sobrevivência. Para a promoção da economia turística, a migração ainda é instrumento do discurso, mas os motivos que levam à chegada a Urubici estão relacionados ao entorno natural do município. Elementos de sofisticação associados ao costume interiorano presente no município configuram o principal atrativo turístico.

A modernidade apresentada pelos hotéis-fazenda de luxo faz dos outros lugares urubicienses lugares de “jeito” interiorano (DIÁRIO CATARINENSE, 2007a), na medida em que a sensação de se estar em uma cidade de interior, em alguns casos, passa ao largo dos espaços hoteleiros. A parte urbana da cidade está localizada no centro, com a tranquilidade de pessoas sentadas nas calçadas conversando, denotando simplicidade; o cenário que ajuda a compor, ganha o ar de atrativo turístico. O urbano urubiciense torna-se interesse na medida em que não se compara ao urbano das cidades litorâneas.

A culinária local sofre um pouco de alteração. Os pratos relacionados aos costumes serranos ganham tons da alta gastronomia e passam a ser servidos em restaurantes e bistrôs. Em geral, a culinária usa os produtos urubicienses e os prepara de uma forma diferente daquela feita pela tradição. A truta é um dos pratos preferidos e pode ser encontrado em variados modos de preparo. Pinhão passa a ser o principal produto em pratos como a “sequência de pinhão”. Produtos orgânicos passam a fazer parte da diversidade de alimentos apresentados, conferindo ao produto saído da terra urubiciense outra técnica de produção.

No quadro de uma problematização da realidade turística, o destino turístico Urubici emerge ligado às práticas esportivas. Os esportes em Urubici aparecem como uma forma de contato com a natureza. A prática de Ecoturismo no município faz do mesmo um destino para esportes de natureza. Caminhadas, trilhas, trekking, arvorismo, são instrumentos que compõem repertório de atividades do turista. Em meio a tais atividades, o diferencial que Urubici proporciona,

alem das práticas físicas, diz respeito às sensações que as tais práticas produzem, que são diversas e trazem conotações de superação de obstáculos, obtenção de vitórias sobre desafios, integração do ser humano, tranquilidade. Vistas espetaculares, a beleza das formações rochosas e matas de araucárias são produzidas como recompensas pelos limites ultrapassados, pelo exercício de tais práticas.

Mas outros instrumentos passam a fazer parte do universo discursivo que caracteriza Urubici como um destino turístico. Cada vez mais, a emergência de uma região turística passa a fazer parte do discurso que define a característica turística do município. Urubici está localizado em uma região geograficamente semelhante a outros municípios circunvizinhos e por isso configuram espécies de roteiros turísticos na região. As práticas lá desenvolvidas podem ser associadas e o turismo, que abarca os municípios da região, é produzido como uma prática que abarca a diversidade de possibilidades turísticas. Além de passar por um lento processo de urbanização, os elementos discursivos presentes na produção turística urubiciense indicam uma aproximação cada vez maior entre o turismo praticado em Urubici e aquele desenvolvido sob a inscrição do enunciado turístico referente à Serra Catarinense. O quadro do turismo referente à região envolve os seguintes elementos: o frio, a neve, os hotéis de luxo, os costumes serranos e o turista em busca de diversidade.

No processo de desenvolvimento de um destino turístico, Urubici passa a ser um município relacionado com o “lado de fora”⁶⁸. Uma série de elementos é somada ao quadro econômico do município conferindo a ele características que historicamente não vieram daquele espaço territorial, fazendo de Urubici um espaço de trocas, de intercâmbio entre o geral e o local.

À medida que os anos passam, fica perceptível o processo de emergência de uma destinação turística. Cada vez menos, Urubici está relacionado à população local para ter como centro das reportagens pessoas, que vieram de outros estados; agricultura e pecuária deixam de aparecer como as principais fontes de renda; os pontos turísticos

⁶⁸ Relacionado ao lado de fora, implica dizer que Urubici está cada vez mais próximo daquilo que não veio historicamente da localidade em que está situado. Urubici é importante como destino turístico porque parece a Europa, porque tem o frio europeu, serve cafés como a cidade de São Paulo, configura destino turístico de inverno tal qual algumas cidades das Serras Gaúcha e Paulista, ao mesmo tempo em que o discurso turístico, que trata de Urubici, a coloca cada vez mais distante daquilo que poderia aproximá-la dos municípios circunvizinhos. É somente em Urubici que é possível praticar o Ecoturismo, tamanha a diversidade da mata. Do mesmo modo, a prática de esportes não acontece em outro lugar com tanta frequência.

geomorfológicos dividem a cena do interesse turista com hotéis, restaurantes, roteiros e atividades orientadas por guias de turismo; as atividades esportivas passam a ser a principal atração do município. O município, que teria o potencial ao natural, na metade da primeira década de 2000, evidencia com o passar do tempo o caráter da produção em torno da destinação turística direcionada ao ecoturista.

O potencial “ao natural”, em Urubici, a propósito, embora já tivesse sido pontuado nas primeiras edições do DC, é, só depois com presença dos outros elementos turísticos, que fica mais evidente. É somente após o processo de urbanização turística, que se chama atenção ao clima de montanha, para o aconchego proporcionado pelas hospedarias, ao mesmo tempo em que Urubici passa a ser destino também de tranquilidade. Nesse processo, recebem destaque a mata exuberante, os costumes serranos, a simplicidade evidente nas ruas sem asfaltos que conduzem a alguns dos pontos turísticos da cidade, os quais, no final da década de 2000, são considerados oportunidades para os turistas poderem entrar em contato com a natureza, trazendo com isso uma maior interação do homem com o entorno natural.

De acordo com Barretto (2006), todo um arcabouço turístico, todo um preparo para que o turismo venha a acontecer, se faz necessário. Para tanto, o turismo é resultado de uma rede de organizações articuladas a fim de conferir aos turistas algumas garantias que podem ser de conforto, segurança, diversão, aventura, lazer. Essas características do turismo levam a modificações na configuração social da cidade.

Mas a destinação turística também emerge a partir da relação que mantém com a Região Turística da Serra Catarinense. Entre os anos de 2008 e 2009, é possível observar a relação de aproximação que Urubici passa a ter com os outros municípios do entorno regional. Fenômenos climáticos, elementos da gastronomia, estrutura de hospedagem e hotelaria, figuram como os elementos que fariam da cidade um lugar que se assemelha aos municípios circunvizinhos.

No entanto, para que um destino turístico seja específico, ele precisa de algumas características que outros destinos turísticos não tenham. Não basta para a cidade de Urubici que ela seja dotada de infraestrutura para que ela seja atraente. É necessário que ela esteja atravessada por uma especificidade turística. Desse modo, é na passagem de um município de economia agropecuária para um território focado em atividades de Ecoturismo, que o destino turístico emerge. Para tanto, Urubici promove esportes e atividades na natureza como

marca singular do município. Essa é a forma que o destino diversifica para qualificar.

É a partir dessa dinâmica de produção de um destino turístico, pelas vias da urbanização e da regionalização, que o potencial turístico de destino emerge, se mantém, é reforçado, perpetuado. A possibilidade para o turismo existir em um destino está, em um primeiro momento, relacionada à presença de uma infraestrutura turística. E, em segundo lugar, a uma especificação da prática turística, que emerge quando o discurso sobre o turismo desenvolvido no município é colocado em relação àquele relacionado à Região da Serra Catarinense. É somente porque está sob esse enunciado geral “Serra Catarinense” que imediatamente Urubici aparece numa condição relativa aos outros municípios que compõem a Serra. A produção discursiva em torno de uma especificação existe como condição de possibilidade para que o enunciado da diversidade faça parte da prática turística relacionada ao quadro de elementos referentes ao turismo na Serra Catarinense.

7.2 CAMPO DE AÇÃO PARA O TURISMO NA SERRA CATARINENSE.

Por meio da análise Genealógica da estratégia de Instância de Governança, contida no capítulo VI, foi possível montar um quadro do turismo na Serra Catarinense. Não é um quadro totalizante, mas mostra ações que fazem emergir relações entre instâncias, mecanismos de poder e práticas turísticas. Instância de Governança da Serra Catarinense, Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau e SANTUR configuraram as principais forças em jogo. A partir da análise genealógica, foi possível entender que cada uma dessas forças tem funções específicas e que o quadro de atividades das mesmas não são competitivos entre si. Elas compõem forças de articulação na composição das práticas turísticas urubicienses.

A partir do trabalho da SANTUR, percebe-se o interesse no “marketing de destino”, o interesse em difundir o turismo da Serra Catarinense de algumas formas específicas. Em um primeiro momento, o que se objetiva é atrair o mercado internacional. Boa parte dos investimentos do Órgão Oficial de Turismo é em atrair empresas estrangeiras a fim de propor parcerias, convênios, no que diz respeito à elaboração de pacotes aéreos ou pacotes turísticos. Os focos são os mercados europeu, africano, estadunidense, latino americano.

Além dos convênios com empresas estrangeiras, a SANTUR estimula a visita de jornalistas internacionais, por meio das *Fams Trips*,

para divulgar o turismo da Serra em jornais e revistas. O mercado nacional também é contemplado por meio das *Fams Trips*, com jornalistas nacionais. Mas a difusão do produto turístico da Serra acontece também através de feiras realizadas no país. Tanto para o turismo nacional como para o internacional são produzidos roteiros baseados em segmentos específicos do turismo. No tocante à Urubici, os segmentos em destaque são o Ecoturismo e Turismo de Aventura.

Outra parte das ações da SANTUR envolve o estímulo à produção e promoção local do turismo. A SANTUR investe em parcerias para produção de material publicitário sobre a Serra. Um dos exemplos consiste no Guia “Descubra a Serra Catarinense”, produzido pelo Convention & Visitors Bureau. Ainda no que diz respeito às ações localizadas, a SANTUR comparece a eventos e realiza parcerias com as associações, a exemplo do 1º Festival de Inverno da Serra Catarinense, para o qual oferece apoio. A SANTUR ainda investe em trazer conhecimento à produção local do turismo a fim de aprimorar o turismo da Serra e o faz por meio de redes e associações com empresas internacionais. Estas associações acontecem por meio de visitas às regiões na Europa geograficamente parecidas com a Serra.

A Instância de Governança da Serra Catarinense, que depois se tornou o Conselho de Turismo Serra Catarinense (CONSERRA), desempenha ações diferenciadas no âmbito da regional. De um lado, ela é o órgão de coordenação do processo de regionalização do turismo. Entre as suas funções estão as atividades de sensibilização, a mobilização e o estímulo à participação dos municípios da Instância Regional. Suas ações viabilizam a linearidade do programa de governo e consequentemente a produção do turismo, de acordo com as diretrizes governamentais. Ao mesmo tempo, sua existência e atuação, implicam coesão de interesses entre os municípios participantes da regional. A realização de reuniões periódicas, com sedes diferenciadas a cada vez, foi considerada uma dessas ferramentas. A formação de Câmaras Temáticas para discussão de temas pertinentes ao desenvolvimento do turismo, outra.

Mas além desta função, a Instância atua no sentido de promover o turismo nos municípios. É interesse da Instância promover a urbanização e o embelezamento dos atrativos, pontos turísticos e da infraestrutura de acesso a eles. Por meio de associações com prefeituras municipais e entidades de estado, propõe estruturas de saneamento básico, asfaltamento, limpeza das cidades. É no sentido de uma melhoria na qualidade da infraestrutura turística que a Instância de Governança se aproxima das necessidades e interesses da associação dos agentes

privados Convention & Visitors Bureau. Capacitação e qualificação de mão-de-obra turística também entram nos objetivos e metas da Instância.

O Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau, como associação das empresas privadas da Serra, atua como principal órgão articulador das políticas para o turismo na Serra. Foi órgão executor da Instância de Governança no primeiro ano de atividades da mesma, sem, no entanto desvincular seus espaços de reunião daqueles utilizados pela Instância de Governança. Ainda trabalha como membro do Conselho Estadual de Turismo e como principal força para reivindicar recursos públicos junto às entidades políticas e o faz junto às três esferas do poder: Governo do Estado, Prefeituras, Governo Federal. Característica que evidencia a grande participação da associação nos encaminhamentos locais para a produção do turismo na Serra.

O quadro do turismo que se pode fazer, a partir das informações colhidas, é o de que os principais parceiros no desenvolvimento dos trabalhos das organizações, pelo processo de regionalização, são: hotéis; empresas relacionadas à infraestrutura turística; entidades e associações privadas. O desenvolvimento local está direcionado à urbanização e ao embelezamento municipal e regional, além de capacitação de mão-de-obra. O desenvolvimento do turismo na Serra Catarinense tem como uma de suas orientações o modelo do desenvolvimento turístico realizado fora do país. O turismo desenvolvido na Serra Catarinense é realizado por meio de um marketing de mercado, no intuito de atrair turistas nacionais e internacionais e a produção desse marketing é, principalmente, de origem estadual ou regional.

7.3 SINGULARIZAÇÃO DA PRODUÇÃO TURÍSTICA URUBICIENSE.

O sexto capítulo ainda trata da relação que se estabelece entre Urubici e a Região Serra Catarinense.

Anterior à institucionalização da Instância de Governança, a entidade que realizava um trabalho conjunto com os municípios para o desenvolvimento do turismo era a associação de entidades e empresas privadas. Nesse momento, Urubici participava da associação e, no entanto, nos relatórios de reunião, a prefeitura aparece como inadimplente com a associação. Isso talvez indicasse o pequeno interesse da administração pública em trabalhar pelo turismo de uma forma integrada, entre os municípios associados. 2008 é o ano de mudança da gestão pública da prefeitura de Urubici. A partir do ano de

2009, Urubici aparece nos relatórios da associação como município que promove alguns eventos para o desenvolvimento do turismo. A associação de entidades privadas aparece como convidada nesses eventos. A mudança de gestão em Urubici talvez tivesse implicado uma mudança de postura no tocante as ações por um turismo integrado.

Entretanto, no ano de 2009, quando a Instância de Governança já estava em plena atividade, acontece o cancelamento de uma reunião, que deveria ter sido sediada por Urubici, na pauta de atividades da Instância. A reunião foi cancelada e, nos documentos examinados, não há justificativa para tanto. A reunião da Instância é então adiada para o mês seguinte, e sediada por outro município.

No período em que a reunião da Instância de Governança deveria acontecer, no entanto, não houve ausência de atividades no município de Urubici. No mês seguinte àquele em que a reunião da Instância fora cancelada, duas outras reuniões relacionadas ao turismo aconteceram. Uma delas direcionada ao marketing turístico do município e outra referente ao plano de marketing turístico da Região. Esta última, de âmbito estadual e com a presença da empresa produtora de marketing desenvolvido pelo Ministério do Turismo, associada aos trabalhos de regionalização.

Há, a partir dessas informações, um interesse crescente do município de Urubici em desenvolver o turismo da cidade. Mas, talvez, um interesse mais direcionado ao desenvolvimento de ações no âmbito municipal que no regional. Tanto a associação das entidades e empresas privadas como a Instância de Governança atuam pelo turismo de forma regionalizada, implicando negociação com os outros municípios acerca das decisões a tomar. O turismo regionalizado também indica um desenvolvimento aproximado das atividades turísticas entre os municípios, o desenvolvimento de um quadro comum para o exercício do turismo. E, para tanto, talvez não tenha havido um investimento substancial em especificação da prática em cada um deles.

Outro fator que talvez indique certo afastamento da posição da prefeitura urubiciense, no tocante aos projetos de regionalização, seja a posição central de São Joaquim no âmbito das duas instâncias. O histórico de Urubici apresenta uma antiga pertença ao município de São Joaquim. No início do século XX, Urubici era uma comunidade de São Joaquim. Sua total emancipação aconteceu no ano de 1957. Isso talvez pressuponha algumas discordâncias de interesses, no percurso da história dos dois municípios.

O fim do ano de 2007 tem por característica a formação a Instância de Governança da Serra Catarinense. No início do processo de

institucionalização, a associação das entidades privadas foi o órgão executor do projeto de instância. Um ano depois, acontece a separação administrativa das duas entidades. No entanto, a sede administrativa das duas entidades continua sendo a mesma, a saber, a cidade de São Joaquim e, mais especificamente, a prefeitura da cidade. Pautas diferenciadas para reuniões não implicam, no entanto divergência entre ações e propostas. Em alguns casos, os projetos encaminhados pela Instância, no decorrer de 2008 e 2009, foram, antes de seu surgimento, propostas encampadas pela Associação das empresas privadas. Se não foram as mesmas propostas, eram propostas que muito se aproximavam, com objetivos semelhantes.

No que se refere à Regionalização, São Joaquim foi a cidade escolhida pelo Ministério do Turismo como um dos três destinos indutores do desenvolvimento do turismo, no estado de Santa Catarina, e, por isso, seria sede da Instância de Governança. Mas a cidade é também sede da associação das empresas privadas e possui o maior número de parceiros vinculado à associação. No exame dos documentos sobre o processo de regionalização, percebe-se que muitos dos eventos na Serra são sediados pela prefeitura de São Joaquim. Essa situação talvez implique em forte presença das entidades sãojoaquinenses no encaminhamento das decisões políticas.

7.4 GEOPOLÍTICA DOS ESPAÇOS TURÍSTICOS URUBICIENSES.

O objetivo de tratar cartografias do turismo urubiciense, por meio de sítios que difundissem o turismo do município, foi o de mapear espaços de circulação que pudessem ser desenhados no processo de identificação de entidades e organizações, que os produzem; dos estabelecimentos e suportes turísticos, que o proporcionam; do tipo de turista atraído a esses espaços, das práticas que eles oferecem e das sensações que os mesmo podem provocar. O método foi o cartográfico, realizado por meio de uma investigação da rede de relações decorrentes do exercício do *dispositivo de turistificação* em Urubici.

O capítulo VII da dissertação levou à constatação de que um mesmo território turístico, como o de Urubici, oferece ao turista uma gama de atividades. Oferece diversificadas possibilidades de férias que contemplam múltiplos interesses e motivações. A produção do território turístico urubiciense o capacita para atender: demandas no inverno e no verão; de férias de descanso e de práticas esportivas; de turismo coletivo e turismo seletivo; turismo de “ver” e de “conviver”. Urubici resulta em uma multiplicidade de realidades turísticas.

Os mapas de circulação foram definidos a partir das instâncias de produção discursiva. Ao todo, foram seis instâncias e seis territórios de circulação. O primeiro tipo de turismo esteve associado ao Convention & Visitors Bureau. Esse é o turismo principalmente de infraestrutura hoteleira. Oferece, ao turista, atividades de lazer e de esportes, principalmente dentro dos hotéis. O investimento desse tipo de turismo é no conforto, aconchego, lazer do turista. Especificamente relacionados ao município, operam como atrativos ao turista urubiciense a neve, as baixas temperaturas, pontos turísticos geomorfológicos. A organização conta com a participação de oito municípios no quadro dos associados: Rio Rufino, Urubici, São Joaquim, Bom Jardim da Serra, Urupema, Lages, Bom Retiro, Lauro Miller.

Junto ao Portal Serra Catarinense, foi possível identificar dois tipos de espaços turísticos. O Portal não trata de uma organização ou instituição como as outras organizações trazidas por essa pesquisa, mas difunde práticas e circuitos turísticos a quem acessa o conteúdo do mesmo. Por meio das informações fornecidas pelo sítio, um dos circuitos turísticos em Urubici envolve a circulação pela infraestrutura turística e de apoio, como restaurantes, hotéis, serviços em geral. Ao turista, o espaço que esses elementos oferecem é o de lazer em bares, boates, comércio, eventos. O outro espaço de circulação é o que trata da especificidade do turismo no município de Urubici. Para o Portal, Urubici apresenta belezas naturais, o Parque Nacional de Conservação, rios, cachoeiras, paisagem, ar puro, colinas, baixas temperaturas, fauna e belas visões. Para o turista que visita o município, o cenário desse espaço é o de tranquilidade. Os municípios, que têm seu turismo difundido pelo sítio, são: Bom Jardim da Serra; Bom Retiro; Lages; Rio Rufino; São Joaquim; Urupema; Urubici⁶⁹.

O APL do turismo envolve Urubici em dois roteiros turísticos. Ao turista da Melhor Idade, o turismo proporcionado pelo roteiro traz cultura, arqueologia indígena, paisagens, grutas e atrativos relacionados à religiosidade. Especificamente relacionado ao município de Urubici, o roteiro conta com os seguintes instrumentos: o meio rural, a paisagem rural, a hospitalidade da população, algumas cachoeiras, morros, grutas, igrejas produzidos como pontos turísticos. O turista que participa do Roteiro Melhor Idade, dentre outras coisas, busca o divertimento saudável. O segundo roteiro requisita o turista religioso, que irá

⁶⁹Esses municípios dizem respeito à organização existente até dezembro de 2009. Em janeiro de 2010, somam-se a eles: Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Paineira, Palmeira, Ponte Alta, São José do Cerrito.

encontrar no espaço dedicado ao turista: igrejas, capitéis, cemitérios. A participação em eventos religiosos é uma das atividades produzidas ao turista. A fé é uma das formas de interesse por esse espaço. O cenário urubiciense que o APL dispõe para os turistas dos dois roteiros, é um só. Urubici aparece relacionado a caminhadas, passeios e belezas naturais. Os municípios que compõem a associação são: Lages, São Joaquim, Urubici, Urupema e Bom Jardim da Serra.

A Associação Acolhida na Colônia proporciona o espaço do Agroturismo Ecológico. É o espaço da acolhida, do compartilhamento do dia-a-dia com o agricultor. Envolve atividades relacionadas à lida campeira, à culinária familiar, à agricultura orgânica. Especificamente relacionado aos municípios em que o Agroturismo acontece estão a mata, as cachoeiras, a fauna local. A esse espaço será atraído o turista interessado em compartilhamento de experiência, tranquilidade, e aquele em busca da sensação de se estar no paraíso. Compõe o quadro de Associados: Encostas da Serra Geral; Regional Ibirama; Urubici; Imbituba.

O último espaço mapeado foi o espaço relacionado a AMURES e a Prefeitura de Urubici. É o espaço propício ao turista em busca de fortes emoções e aventuras. O quadro de elementos disponível a ele é o dos atrativos geomorfológicos com atividades de aventura ao ar livre: tracking, rappel, parapente, caminhadas. Urubici, para esse visitante, aparece por meio de vistas “espetaculares”, do mar, das cascatas, da mata exuberante. O cenário que circunscreve esse espaço é o da natureza encantadora. Em Urubici, é possível ter contato com a “Terra dos Tesouros Naturais”. Embora a AMURES seja composta de dezoito associados, principalmente para essa descrição figura o município de Urubici.

No processo de elaboração das cartografias dos espaços turísticos urubicienses, chamaram a atenção dois aspectos referentes à produção de um destino turístico. Conforme Michel Foucault (2006), a modernidade ocidental envolve relações de múltiplos posicionamentos, diversificados e irredutíveis entre si. Se se considera que os espaços e práticas turísticos, desenhados por instâncias de produção discursiva, são diferentes uns dos outros e irredutíveis, porque pressupõem turistas diferenciados, éticas e valores diferenciados, poderíamos dizer que o espaço turístico urubiciense configura um espaço de múltiplos posicionamentos. Mas, ainda para Foucault, a temática dos espaços leva em conta aspectos da demografia, da distribuição dos indivíduos dispostos de determinada maneira, uns em relação aos outros, para fins específicos. No desenho de cartografias específicas para cada

posicionamento, é possível observar um interesse em aspectos de demografia. Haveria, no processo de constituição de um espaço turístico, um interesse crescente em dispor os indivíduos de determinadas maneiras, de organizá-los para determinados fins, para diferenciadas práticas turísticas.

O segundo aspecto diz respeito ao fato de que Urubici, como um território turístico de múltiplos posicionamentos, múltiplas articulações em torno do turismo, implica disputas *geopolíticas* no seu processo de produção. Implica a articulação de instâncias de diversos municípios, inclusive urubicienses, em torno do território municipal de Urubici. Aliás, a singularidade urubiciense como destino turístico consiste em uma disputa geopolítica por um mesmo território.

Para cada posicionamento, ou mapa de circulação, há um conjunto de municípios agregados e um conjunto de elementos que determinam circuitos específicos dentro de um mesmo município. O turista, que opta por alguns circuitos, beneficia certos tipos de organização. Um detalhe interessante de observar é que os territórios turísticos, que envolvem organizações com mais de um município, focam em infraestrutura, convivência com as tradições, hotelaria, neve, frio, tranquilidade. Quando o discurso turístico está associado somente ao município de Urubici, como é o caso do turismo difundido pela AMURES e pela Prefeitura do município, ele muda, fica evidente o interesse em trazer o que de específico pode existir ao turista em trânsito no município.

Ao município não interessa a infraestrutura ou a associação das práticas turísticas a fenômenos climáticos ou quaisquer outros aspectos que o iguale aos outros municípios da Região da Serra Catarinense. A Urubici importa especificamente o discurso com ênfase na prática de esportes de altura, nas atividades ecológicas, nas situações limites em que a adrenalina é liberada ou ainda nas práticas em que é possível estar integrado com a natureza. Isso, na medida em que a topografia urubiciense e sua mata “exuberante” não podem ser encontrados em nenhum outro destino da região, modo pelo qual o campo de ação para o turismo do município passa a ser único.

7.5 ESPAÇOS DE POSICIONAMENTO, MAQUINARIAS POLÍTICAS, DISPOSITIVOS.

Inicialmente, a pesquisa arqueológica nas edições especiais do DC havia sido empreendida porque interessava observar a mutação discursiva que um Programa de Governo podia provocar nos modos de

dizer e fazer de um destino turístico. O que a pesquisa no DC deixou claro foi que, embora a mutação pudesse ser observada, os modos de dizer e fazer de um processo de turistificação não teriam relação direta com um Programa de Governo. Viria de articulações geopolíticas, de rede de relações locais. Uma informação importante, no entanto, foi obtida a partir da pesquisa genealógica do dispositivo de Instância de Governança da Serra Catarinense. Essa informação talvez pudesse explicar uma relação de proximidade entre a modificação substancial, nas edições especiais do DC, a partir do ano de 2007, no tocante ao turismo, na referência de práticas cada vez mais regionalizadas e segmentadas.

No quadro das investigações genealógicas, o programa de Regionalização do Turismo foi lançado no ano de 2004. Naquele ano, o Plano Nacional de Turismo 2003-2007 já existia. Desse modo, embora, propusesse a descentralização do turismo, o processo de interiorização, esse Plano não indicava os caminhos para o desenvolvimento que propunha. As diretrizes, nas formas de encaminhamento da política de turismo, vieram com o Programa de Regionalização do Turismo. Por não terem sido lançados na mesma época, o Plano Nacional do Turismo não integrava o Programa de Regionalização do Turismo, proposto um ano depois. Até 2007, o turismo, que era desenvolvido nos estados por meio da Regionalização, foi empreendido por conta própria. Em Santa Catarina, o exemplo de ações independentes às propostas em âmbito federal é o Plano de Desenvolvimento Integrado do Lazer.

No ano de 2007, o Plano Nacional de Turismo 2007-2010 foi lançado sobre as bases do plano anterior. Nesse momento, o Programa de Regionalização do Turismo é somado ao quadro de macroprogramas do Ministério e é relançado. É somente a partir de 2007, que o Governo Federal pode fazer investimentos pontuais no processo de regionalização do turismo no país. Coincidentemente, esse foi o período em que o as formas de divulgação do turismo do estado, no Diário Catarinense, ficaram diferentes. O turismo em Urubici passou a estar vinculado, de forma muito mais intensa, ao Ecoturismo, às práticas de esporte, aos hotéis dotados de infraestrutura, às características locais do município, somados as práticas turísticas relacionadas à região da Serra Catarinense.

A mutação no campo discursivo do turismo no DC poderia ter relações com o lançamento do Plano Nacional de Turismo 2007-2010. O turismo pode ser produzido localmente, por agentes situados no espaço territorial. Mas a produção do espaço turístico é por meio de uma rede de articulação de instâncias, dispersão de diretrizes, princípios, regras de

conjunto no espaço discursivo do turismo. Desse modo, a produção turística é efeito de políticas macroestruturais, ou maquinarias políticas. Esse resultado levou a outra conclusão acerca da produção turística e seus mecanismos de difusão: tem a ver com a proliferação crescente dos mecanismos de poder na produção do espaço turístico e da relação que as Políticas Nacionais têm com os *dispositivos* de poder.

Um aspecto evidenciado na análise do turismo urubiciense é que, a partir de 2007, aparece no município, e em torno do mesmo, múltiplos mecanismos e aparelhos de poder. Em entrevista a Dreyfus e Rabinow, Michel Foucault (1995) declara que o século XX é o século das relações de poder. Para Foucault, o século XIX foi o século das relações de produção e que atualmente as lutas contra as opressões econômicas existem, no entanto, essas aparecem atravessadas pelas lutas contra as relações de poder. Em geral, as lutas sociais são contrárias cada vez mais às instâncias e organizações que insistem em governar indivíduos, em lhes orientar os caminhos a seguir. A história indicaria um recobrimento das relações econômicas e de produção pela *rede* de relações e mecanismos de poder. Segundo Michel Foucault, há um interesse cada vez mais estratégico pela orientação do fluxo de indivíduos nas sociedades ocidentais⁷⁰.

O ano de 2007 é o ano em que o Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – *Uma Viagem de Inclusão* é lançado e que o Ministério do Turismo começa a investir em ações de regionalização, que a Instância de Governança da Serra Catarinense começa a ser instituída, que as redes de relações intermunicipais e interorganizacionais, se não são iniciadas, são intensificadas. Múltiplas também são as formas em que o município de Urubici figura junto aos diversos mecanismos de poder, como já foi apontando no decorrer dos capítulos da dissertação.

É também nesse momento, no DC, que as práticas de turismo aparecem como mais diversificadas produzidas por empreendedores rurais, investidores estrangeiros e prefeitura. Época em que Urubici mais parece outras destinações turísticas e o “jeito” interiorano da cidade, a vida cotidiana de uma cidade do interior, passa a ser um atrativo. Isso não significa dizer que essas práticas turísticas tenham surgido no ano de 2007, mas que naquele momento aparecem no jornal por uma razão que as tornam visíveis. Talvez por estar sob outro regime de visibilidade e dizibilidade, o turismo diversificado e a própria produção turística começam a figurar como protagonistas nas notícias do jornal.

⁷⁰ Em “Outros Espaços”, Foucault (2006) também trabalha a tese de que a atualidade é época de orientação do fluxo de indivíduos.

Esse novo regime de *dizer e ver* evoca o turismo internacional, urbanização turística, atividade turística segmentada, a relação entre o que vem de fora e o que é local. De certo modo, abarca o campo para o turismo da Serra Catarinense, como foi trabalhado na sessão 9.1 do presente texto. Entre as Instâncias presentes no processo de constituição desse quadro, para o turismo da Serra, estão a SANTUR, o SCC&VB, a Instância de Governança Serra Catarinense. A mutação de nível discursivo evidente nas publicações do Diário Catarinense evoca a presença de um dispositivo de regionalização.

Concordar com Michel Foucault (1995), que as relações de poder são redes complexas que comportam relações de produção, não implica dizer que, com a produção de um território turístico, a história tenha se deparado com uma anulação dos interesses econômicos. Muito pelo contrário. É possível dizer que os interesses econômicos estariam mais reforçados. No entanto, para que as relações econômicas possam se desenvolver de modo satisfatório, ou mesmo o ultrapasse, necessitam de interferências da rede de relações e mecanismos de poder. É a produção de um espaço turístico - por meio de associações de agentes e organizações privadas, sociedade civil organizada, somados a entidades de poder público, nos seus diversos níveis e sociedade e diversificadas práticas - que intensifica as relações econômico-comerciais.

O que se pode pensar, a partir da ocupação dos espaços por meio de atividades turísticas, é que a atualidade é a época dos dispositivos de poder. O histórico dos espaços urubicienses faz perceber um aumento no número de instâncias e mecanismos reguladores das relações, sejam de produção, sejam sociais. Há uma rede local, interessada na produção de práticas turísticas específicas. Do mesmo modo, o turismo praticado naquele espaço pressupõe diretrizes e princípios elaborados por instâncias não locais e que orientam o turismo aplicado em contextos específicos. Esse deslocamento dos princípios gerais e transformação destes em princípios de ação locais não acontecem senão por uma incitação discursiva e apoio em diversas instâncias e mecanismos de poder.

Desse modo, é possível colocar que os eixos de análise de Michel Foucault, que levam em conta linhas de saber-poder-subjetividade são úteis para pensar as macropolíticas na produção do turismo brasileiro. Confirma, a propósito, a indicação de Prado Filho (2009) quando destaca a atualidade da questão do *dispositivo* segundo Michel Foucault e da relação que esta dinâmica conceitual tem com as maquinarias políticas em vigor. No tocante ao turismo, a produção do espaço turístico urubiciense mostrou ainda que a época da diversificação

dos mecanismos de poder é também da expansão territorial desses mesmos mecanismos. Consequentemente, na atualidade, as maquinarias políticas são maquinarias que atuam em torno de dispositivos a fim de produzir e expandir territórios políticos.

Voltando um pouco à história das Políticas e Planos Nacionais de Turismo, no decorrer de quarenta anos de Políticas de Turismo, há um processo de espacialização da prática turística. Tem relação com a passagem de investimentos centrados em estrutura de hotelaria para investimentos centrados na produção de territórios turísticos. O que antes era possível com investimento pontual, de caráter centralizado, buscando o aproveitamento de recursos já existentes, com o passar dos anos passa a não ser mais suficiente. O processo de *turistificação* de um território, municipal ou regional, acaba por implicar a organização e articulação de mais agentes, de mais estratégias para gestão e produção desse território.

Em Barretto (2006), as destinações de hotelaria *all inclusive*⁷¹ em geral dão conta internamente das necessidades de infraestrutura turística. Na medida em que turismo passa a ser sinônimo de interação e de prática de atividades, o espaço para que se realize talvez precise ser maior e com maior possibilidade de circulação. O que a história do turismo, e particularmente a pesquisa desenvolvida pela presente pesquisa de mostra, é que a prática de *turistificação* de um território impõe, se for produzida por meio de um desenvolvimento espacial de território turístico, o uso de dispositivos e estratégias as mais diversas para articulação dos elementos constituintes da infraestrutura turística. No Programa Nacional de Municipalização do Turismo, as estratégias para a constituição da rede turística teriam sido as Oficinas e a capacitação de monitores municipais. A partir dos Planos Nacionais de Turismo e do Programa de Regionalização do Turismo, do início do século XXI, uma das estratégias para o desenvolvimento do turismo foram as Instâncias de Governança Regionais.

A emergência da noção de território, nos Programas e Políticas Nacionais de Turismo e do uso de *dispositivos* para estruturação turística do mesmo, de certo modo, é o que concede conotações de liberdade e volição da prática turística da atualidade. A articulação em torno de redes e estratégias é necessária para a constituição de múltiplos posicionamentos turísticos e produção de espaços de circulação. É, por

⁷¹ *All Inclusive Tour* significa, literalmente, turismo com tudo incluído. Com uma única taxa é possível desfrutar de hospedagem, alimentação, atividades de lazer, em um único espaço, que em geral diz respeito à infraestrutura de hotelaria.

meio deles, que o turista pode praticar diversos tipos de turismo, adotar diferentes posturas, praticar diferentes formas de subjetividade turística. As conotações de “liberdade” da prática turística, a fim de que o indivíduo construa seu próprio itinerário turístico, vem da relação entre a emergência da noção de território e do uso de dispositivos para transformá-lo em espaço turístico de múltiplos posicionamentos, ou múltiplas condições de possibilidade.

7.6 HETEROTOPIAS TURÍSTICAS: ESPAÇOS DE COMPENSAÇÃO.

A análise cartográfica dos elementos de composição do turismo em Urubici nos documentos do Diário Catarinense, trouxe a possibilidade de pensar um destino turístico por meio da noção de *heterotopia* de acordo com Michel Foucault.

Para isso, considerou-se que o espaço turístico, produzido pela ação de políticas públicas, fosse uma *heterotopia*. O destino turístico seria um espaço que tem uma função precisa no interior da sociedade; justapõe em um só lugar vários espaços, incompatíveis, contraditórios; estão ligados a uma espécie de heterocronia; supõe um sistema de abertura e fechamento que o isola e o torna penetrável. Seria ainda o espaço que tem como função criar uma situação de ilusão. Não uma ilusão irreal e sim de compensação, na qual há a função de denunciar a desorganização dos outros lugares da sociedade. O espaço do turismo é o espaço do meticuloso e da perfeição, espaço no qual é possível vivenciar o que nos espaços considerados reais já não é mais possível.

Em diversos casos, Urubici foi colocado como um espaço de recuperação, de compensação das realidades fragmentadas de onde vieram os turistas da cidade. E em Urubici essa recuperação acontece de muitos modos. Pode ser pelo descanso, com o contato com a natureza, caminhando, “liberando a adrenalina”, ficando no aconchego de diversas fazendas, desfrutando a lida campeira, vivendo a simplicidade de um cotidiano de interior. Mas ainda pode ser porque está em Urubici é estar em um lugar com menos barulho, menos prédios, é estar em um lugar mais saudável. O destino turístico constitui um espaço de relativa oposição ao lugar de origem do turista urubiciense. Ao todo, são situações ou experiências que, de certo modo, já não acontecem com tanta frequência nos grandes centros urbanos. Como indica uma passagem do Diário Catarinense, estar em Urubici é produzir um turismo longe do leite industrializado e do fast food. O processo de migração temporária de indivíduos, que se apresentam em Urubici,

estaria associado a uma busca de experiências, de outras subjetividades⁷².

Urubici, desse modo, é um território, produzido para que indivíduos vivam experiências que já não são totalmente possíveis em grandes centros urbanos. Sua produção implica efeitos específicos de subjetividade naqueles que praticam o turismo lá desenvolvido. Em outras palavras, Urubici é o que pode ser chamada de produção turística de compensação.

Mas a discussão sobre as heterotopias relacionada a problemáticas operadas pelas Políticas Nacionais de Turismo ainda introduz uma última reflexão. Foucault ([1979]2006c), em “Sobre o dispositivo de Sexualidade”, enfatiza que todo dispositivo quando surge tem como matriz uma urgência de caráter estratégico. Para Prado Filho (2009), o tema *dispositivo* em Michel Foucault, embora seja um tema que emerge no pensamento do filósofo na década de 1970, não é um tema ultrapassado. Isso porque implica pensar que as maquinarias políticas cada vez mais trabalham sob o esquema do *dispositivo*. Mas ainda diz que a importância estratégica do dispositivo, além de ter sua relação com o capitalismo, é fundamental por ter como objeto a subjetividade. De certo modo, as maquinarias políticas atuam por meio de articulações de saber-poder e o fazem para produzir efeitos concretos de subjetividade. E subjetividade como um caráter estratégico.

O Programa de Regionalização do Turismo emerge no campo das políticas públicas como urgência para dar conta dessa subjetividade de compensação; espaço tão necessário ao cotidiano cidadão, como expõem os teóricos do turismo e que, no entanto lá na cidade é negligenciado. A estratégia? Uma delas, pelo menos, é a instalação de uma instância de governança regional, funcionando como estratégia através de *dispositivos de turistificação*, articulando relações e discursos, por uma *geopolítica* dos espaços turísticos, na constituição de uma *heterotopia* turística.

⁷² Embora Krippendorff ([1989]2009) fale em liberação de subjetividades, a partir de Foucault seria contraditório falar em subjetividade liberada porque ele é contrário a ideia de indivíduo livre. Seria mais indicado falar em outra subjetividade. Talvez Urubici, no processo de torna-se destino turístico, venha a tornar-se o campo de possibilidades de subjetividades, que já são, se realizam nos territórios urbanizados. Urubici seria um território de produção de subjetividades.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE Jr., Durval Muniz de; VEIGA-NETO, Alfredo; SOUZA FILHO, Alípio de. (Orgs.). **Cartografias de Foucault**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008. 437p.

ALVERGA, Alex Reinecke de; DIMENSTEIN, Magda. Turismo e consumo das cidades: apontamentos sobre o biopoder. **Revista Mal-estar e subjetividade**, Fortaleza, v. 9, n. 1, p. 277-311, mar/2009. Disponível em: http://www.unifor.br/joomla/joomla/images/pdfs/pdfs_notitia/3172.pdf. Acesso em: 19 set. 2009.

BANDUCCI JR., Álvaro. Turismo e antropologia no Brasil: estudo preliminar. In. BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETTO, Margarita. (Org.) **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Campinas: Papirus. 2001. p. 21-47.

BARRETTO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 15. Ed. rev. e atual., São Paulo: Papirus, 2006. 160p.

_____. **Planejamento e organização em turismo**. 2. Ed. Campinas: Papirus, 1996. 108p.

BARRETO, Margarita; REJOWSKI, Mirian (Org.) Introdução. In. **Turismo: interfaces, desafios e incertezas**. Caxias do Sul: EDUCS, 2001. p. 11-46.

BRIONES, Claudia. Formaciones de alteridad: contextos globales, procesos, nacionales y provinciales. In. _____. (Org.) **Cartografias Indígenas: Políticas indigenistas y formaciones provinciales de alteridad**. Buenos Aires: Antropofagia, 2008. p. 9-36.

BRIONES, Claudia *et al.* (Org.) **Cartografias Indígenas: Políticas indigenistas y formaciones provinciales de alteridad**. Buenos Aires: Antropofagia, 2008.

CRUZ, Rita de Cássia. **Política de Turismo e Território**. 3. Ed. São Paulo: Contexto, 2002. 167p.

DE KADT, Emanuel. **Turismo: passaporte ao desarrollo?** Madrid: Ediciones Endymion, 1979.

DELEUZE, Gilles. O que é um dispositivo? In. **Michel Foucault, filósofo**. Barcelona: Gedisa, 1990. p. 155-161. Disponível em: <http://vsites.unb.br/fe/tef/filoesco/foucault/art14.pdf>. Acesso em: 09 fev. 2010.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In. DREYFUS, H.; RABINOV, P. **Michel Foucault: uma trajetória filosófica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, pp. 231-249.

_____. Nietzsche, a genealogia e a história. In. MACHADO, Roberto. (Org.). **Microfísica do poder**. 22. Ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, [1979]2006a. p. 15-37.

_____. Sobre a Geografia. In. MACHADO, Roberto. (Org.). **Microfísica do poder**. 22. Ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, [1979]2006b. p. 153-165.

_____. Sobre a história da sexualidade. In. MACHADO, R. (Org.). **Microfísica do poder**. 22. Ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, [1979]2006c. p. 243-276.

_____. Outros Espaços. In. MOTTA, Manoel Barros de. (Org.) **Ditos e Escritos III: Estética: literatura e pintura, música e cinema**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2006. p. 411-422.

_____. **História da Sexualidade II: O uso dos prazeres**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2007. 232p.

_____. **Arqueologia do Saber**. 7. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008. 236p.

LUCHIARI, Maria Tereza D. P. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In. SERRANO, Celia; BRUHNS, Heloísa T.; LUCHIARI, Ma. Tereza D.P. (org.) **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, 2000, p. 105-130.

PRADO FILHO, Kleber. **Michel Foucault**: Uma história política da verdade. Rio de Janeiro: Editora Insular; Florianópolis: Robson Achiamé, 2006. 87p.

_____. [sem título]. Florianópolis, 2009. 1 arquivo em Mp3. Aula proferida e gravada. Trata do dispositivo em Michel Foucault.

REJOWSKI, Mirian. Ensino em Turismo no Brasil: Reflexões sobre a realidade do ensino de graduação de 1970 a 2000. In: BARRETO, Margarita; REJOWSKI, Mirian (Org.). **Turismo**: interfaces, desafios e incertezas. Caxias do Sul: EDUCS, 2001. p. 47-56.

REVEL, Judit. Pensamento vertical. In. GROS, Frédéric. **Foucault**: A coragem da Verdade. São Paulo: Parábola, 2004. p. 65-87.

9 FONTES BIBLIOGRÁFICAS

ACOLHIDA NA COLÔNIA. **Associação Acolhida na Colônia:**

Accueil Paysan, Santa Catarina - Brasil. Disponível em:

<www.acolhida.com.br>. Acesso em 14 dez 2009.

_____. **Territórios.** Disponível em:

<<http://www.acolhida.com.br/destinos/index.html>>. Acesso em 16 ago 2010.

ALBUQUERQUE, Isabel Cristina. **O Papel do Ecoturismo em Urubici.** 2004, 134f. Dissertação (Mestrado) – Centro Tecnológico, Programa de Pós-graduação em Engenharia Ambiental, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, 2005.

AMURES. **Associação dos Municípios da Região Serrana.** Disponível em: <www.amures.org.br>. Acesso em: 12 dez 2009.

_____. **Estatuto Social.** In. **Associação dos Municípios da Região Serrana.** Disponível em:

<<http://www.amures.org.br/conteudo/?item=1281&fa=281>>. Acesso em: 12 dez. 2009.

_____. **Municípios da Associação.** Disponível em:

<<http://www.amures.org.br/municipios/mapazoom.php?>>. Acesso em: 16 ago 2010.

ANDRIGHI, Fabiela Fatima. **A destinação turística de Urubici/SC a partir da ótica das redes interorganizacionais.** 2007, 130f.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, Balneário Camburiú, 2007. Disponível em:

<http://www.univali.br/modules/system/stdreq.aspx?P=2541&VID=default&SID=749205409161812&S=1&A=closeall&C=33039>. Acesso em: 06 dez. 2009.

APL DO TURISMO. **Arranjo Produtivo Local do turismo na Serra Catarinense**. 2009. Disponível em: <www.serracatarinense.tur.br>. Acesso em: 06 dez. 2009.

BELA SANTA CATARINA. Ministério do Turismo e IADH em Balneário Camboriú. In. _____. **Portal de Turismo e Negócios de Santa Catarina**. Disponível em: <<http://www.belasantacatarina.com.br/noticias/2008/08/08/Ministerio-do-Turismo-e-IADH-em-Balneario-Camboriu-3347.html>>. Acesso em: 24 jan. 2010.

BRASIL. Ministério do Esporte e Turismo. Plano Plurianual PPA 2000-2003: Exercício 2002: Municipalização do Turismo. In. _____. **Avançar Brasil**. 2002. Disponível em: <http://www.abrasil.gov.br/avalppa/RelavalPPA2002/content/av_prog/083/prog083.htm>. Acesso em: 23 ago. 2009.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Plano Nacional de Turismo 2003/2007 – Diretrizes, Metas e Programas. In. **Portal Brasileiro do Turismo**. 2003. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 22 jun. 2009.

_____. Ministério do Turismo. Informações sobre o Ministério. Diretrizes Políticas. In. **Portal Brasileiro do Turismo**. 2004a. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/regionalizacao/>>. Acesso em: 19 jun. 2009.

_____. Ministério do Turismo. Informações sobre o Ministério. Diretrizes Operacionais. In. **Portal Brasileiro do Turismo**. 2004b. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/regionalizacao/>>. Acesso em: 19 jun. 2009.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Mapa da Regionalização Final. In. **Portal Brasileiro do Turismo**. 2005. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/regionalizacao/>>. Acesso em: 22 jun. 2009.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – Uma Viagem de Inclusão. In. **Portal Brasileiro do Turismo**. 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/pl>

ano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_2007_2010.pdf>.
Acesso em: 22 jun. 2009.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria de Nacional de Políticas de Turismo. **Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do turismo:** turismo e sustentabilidade: formação de redes e ação municipal para a regionalização do turismo. [Brasília]: o Ministério: Florianópolis: SEaD/UFSC, 2008a, v. 1/5. 192p.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria de Nacional de Políticas de Turismo. **Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do turismo:** sensibilização, mobilização institucionalização da instância de governança regional. [Brasília]: o Ministério: Florianópolis: SEaD/UFSC, 2008b, v. 2/5. 136p.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria de Nacional de Políticas de Turismo. **Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do turismo:** sistemas de informação turísticas, sistema de monitoria e avaliação do programa. [Brasília]: o Ministério: Florianópolis: SEaD/UFSC, 2008c, v. 5/5. 124p.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. 337 roteiros turísticos – Mercado Nacional e Internacional. In. **Portal Brasileiro do Turismo**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. 2008d.

_____. Ministério do Turismo. Informações sobre o Ministério: Notícias: Curso de regionalização do turismo reúne 3 mil alunos em ambiente virtual. In. **Portal brasileiro do turismo**. 2008e. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/regionalizacao>>. Acesso em: 22 jun. 2009.

_____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. In. **Portal Brasileiro do Turismo**. 2009. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/regionalizacao>>. Acesso em: 22 jun. 2009.

CONSERRA – Conselho de Turismo Serra Catarinense. **Projeto Diretoria**. São Joaquim, 2008. 15p.

_____. **Estatuto**. São Joaquim, abr.2009a. 6p.

_____. **MetaPlan**. São Joaquim, set. 2009b. 5p.

CORRÊA, Rafaella Kruger. **Turismo Rural: Potencialidades e Restrições do Município de Urubici**. 2003. 51f. Curso de Turismo. Associação de ensino de Santa Catarina. Escola Superior de Turismo e Hotelaria de Florianópolis. Monografia.

CORRÊA, Walquíria Krüger. & GERARDI, Lúcia H. de O. A produção familiar e os desafios de mercado. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis: EDUFSC, n. 31, p. 93-108, abril de 2002.

CORREIO LAGEANO. **Acordo para iniciar Caminhos da Neve**. Lages, 01 out. 2007a. Disponível em:
<<http://www.correiolageano.com.br/htmNoticia.php?id=4005&c=12>>.
Acesso em: 06 maio 2010.

_____. **Agricultura para incrementar turismo**. Lages, 01 nov. 2007b. Disponível em:
<<http://www.correiolageano.com.br/htmNoticia.php?id=4878&c=8>>.
Acesso em: 06 maio 2010.

_____. **Agricultores fazem curso de administração**. Lages, 30 out. 2007c. Disponível em:
<<http://www.correiolageano.com.br/htmNoticia.php?id=4792&c=4>>.
Acesso em: 06 maio 2010.

_____. Turismo: Indústria sem Chaminé. Perspectivas do Turismo na Serra Catarinense. Lages: Centro de Tecnologia e Gestão Empresarial (CETEG), 18 set. 2008. Edição Especial.

DÁRIO CATARINENSE. Serra, meio-oeste e planalto norte: Urubici. A força SC. Florianópolis, p. 87, 09 ago. 2005. Edição Especial.

_____. Serra, meio-oeste e planalto: Urubici. SC – A terra da diversidade, Florianópolis, p.80, 25 jul. 2006. Edição Especial.

_____. Serra e meio-oeste: Urubici. O Melhor de SC, Florianópolis, p. 79, 06 nov. 2007a. Edição Especial.

_____. A grife do frio. **Revista de Inverno**, Florianópolis, n.1, jul/ago, 2007b. Edição Especial.

_____. Passeio no campo. **Revista de Inverno**, Florianópolis, n.4, jul, 2007c. Edição Especial.

_____. Estradas da Serra. **Revista de Inverno**, Florianópolis, n.6, jul, 2007d. Edição Especial.

_____. Capricho da natureza. **Revista de Inverno**, Florianópolis, n.1, jun, 2008a. Edição Especial.

_____. Natureza que é um luxo só. **Revista de Inverno**, Florianópolis, n. 4, jun, 2008b. Edição Especial.

_____. Treze tílias: o tirol brasileiro. **Revista de Inverno**, Florianópolis, n. 5, jul, 2008c. Edição Especial.

_____. Delícias do frio. **Revista de Inverno**, Florianópolis, n.1, jul, 2009. Edição Especial.

FELIPPE, Luíza de. **Urubici em forma de Blog**. Disponível em: <<http://lulublogurubici.blogspot.com/2010/06/mapas-de-urubici.html>>. Acesso em: 16 ago 2010.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélios século XXI**: o minidicionário da língua portuguesa. 4 ed. Ver. ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000. 790p.

FOLSTER, Daniely Fabre. **Diagnóstico das pontencialidades do turismo em Urubici – SC**. 1999. 35f. Monografia (Graduação) - Curso de Turismo. Associação de ensino de Santa Catarina. Escola Superior de Turismo e Hotelaria de Florianópolis, Florianópolis, 1999.

FUSUMA, Flávio. **Rapel**. Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/31893783@N00/117753200>>. Acesso em: 16 ago 2010.

GOOGLE MAPS BRASIL. **Urubici – SC to: Florianópolis – SC to: São Joaquim – SC to: Urubici – SC to: Brasília – Distrito Federal**. Disponível em:

<http://maps.google.com.br/maps?f=d&source=s_d&saddr=Bras%C3%ADlia+-+Distrito+Federal&daddr=Urubici+-+SC&hl=pt-BR&geocode=%3BCa-IM2_I7KwLFdlVVP4dGPkK_Sn_fobmVEEgITFejpSSIQ_5PQ&abauth=71372334:h8HTAF4NJUtPaKpQvNs9pL9qY6A&gl=br&mra=ls&vps=1&jsv=269b&sll=-23.120154,-39.814453&sspn=16.084854,39.418945&num=10>. Acesso em: 16 ago 2010.

GUIA SANTA CATARINA. **Mapa Santa Catarina**. Disponível em: <http://www.guiasantacatarina.com.br/mapas/roteiros_turisticos.php3#mapa>. Acesso em 16 ago 2010.

HENZ, Aline Patricia. **Políticas públicas de turismo no Brasil: a interferência da política nacional de turismo entre 2003 e 2007 no direcionamento das políticas estaduais**. 2009. 150f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, 2009. Disponível em: <<http://www.univali.br/modules/system/stdreq.aspx?P=2543&VID=default&SID=749205409161812&S=1&A=closeall&C=33045>>. Acesso em: 09 dez. 2009.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Urubici. Cidades**. 2009. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 19 jun. 2009.

ISRAEL, Celito José. **Aspectos da organização agrária e da produção familiar no município de Urubici: o caso das hortaliças**. 1990. 189f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Mestrado de Geografia, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 1991.

NECKEL, A. R.; ANDRIGHI, F. F.;HOFFMANN, V. E. Os *stackholders* e sua influência em uma rede de empresa na destinação turística de Urubici. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 13, n. 4, p. 89-102, out./dez. 2008. Disponível em: <<http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/viewFile/868/914>>. Acesso em: 06 maio 2010.

PAIVA, Marcos. **Urubici – SC**. Disponível em:
 <<http://forum.brfoto.com.br/lofiversion/index.php?t57525.html>>.
 Acesso em: 16 ago 2010.

RADAR SUL. **Vista da Cachoeira do Avencal - Urubici – SC**.
 Disponível em: <<http://www.radarsul.com.br/urubici/cachoeira-avencal.asp>>. Acesso em: 16 ago 2010a.

_____. **Vista da Pedra Furada - Urubici – SC**. Disponível em:
 <<http://www.radarsul.com.br/urubici/pedra-furada.asp>>. Acesso em: 16 ago 2010b.

_____. **Urubici cercada por montanhas – SC**. Disponível em:
 <<http://www.radarsul.com.br/urubici/index.asp>>. Acesso em: 16 ago 2010c.

_____. **Hortaliças de Urubici – SC**. Disponível em:
 <<http://www.radarsul.com.br/urubici/index.asp>>. Acesso em: 16 ago 2010d.

_____. **Vista da Serra do Corvo Branco - Urubici – SC**. Disponível em:
 <<http://www.radarsul.com.br/urubici/serra.asp>>. Acesso em: 16 ago 2010e.

_____. **Serra do Corvo Branco em Urubici – SC**. Disponível em:
 <<http://www.radarsul.com.br/urubici/serra.asp>>. Acesso em: 16 ago 2010f.

_____. **A cidade de Urubici – SC**. Disponível em:
 <<http://www.radarsul.com.br/urubici/index.asp>>. Acesso em: 16 ago 2010g.

SANTA CATARINA (Estado). Governo do Estado. Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte. Regional São Joaquim. In.

_____. **Programa do Desenvolvimento Integrado do Lazer**. São Paulo, 2004a, 2p. Disponível em:

<http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=64>. Acesso em: 06 mai. 2010.

_____. Governo do Estado. Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte. Resumo Executivo. In. **Programa do Desenvolvimento**

Integrado do Lazer. São Paulo, 2004b, 29p. Disponível em:
http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=64>. Acesso em: 06 mai. 2010.

_____. Governo do Estado. Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte. **Regional São Joaquim.** Urubici. In. **Programa do Desenvolvimento Integrado do Lazer.** São Paulo, 2004c. Disponível em:
http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=64>. Acesso em: 06 mai. 2010.

_____. Governo do Estado. Câmara de Blumenau. **Audiência pública discute o turismo regionalizado.** 2005. Disponível em:
http://www.camarablu.sc.gov.br/audienciapub/turismo/turismo_regionalizado.htm>. Acesso em: 06 mai. 2010.

_____. Governo do Estado. Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte. Santur – Santa Catarina Turismo S/A. **Serra Catarinense: Roteiros Turísticos Regionais.** 5. Ed. Florianópolis: Editora Letras Brasileiras. 2008.

_____. Governo do Estado. Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte. Santur – Santa Catarina Turismo S/A. Disponível em:
<http://www.santur.sc.gov.br>>. Acesso em 25 jan. 2010a.

_____. Governo do Estado. Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte. **Santur: apoio à promoção e ao aperfeiçoamento do turismo em SC.** Disponível em:
http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=74>. Acesso em: 25 jan. 2010b.

_____. Governo do Estado. Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte. Santur – Santa Catarina Turismo S/A. **SC na Mídia.** Disponível em:
http://www.santur.sc.gov.br/index.php?option=com_docman&task=catview&gid=41&Itemid=199>. Acesso em: 25 jan. 2010c.

_____. Governo do Estado. Centro de Informática e Automação de Santa Catarina (CIASC). **Mapa Interativo de Santa Catarina.** Disponível em: <http://www.mapainterativo.ciasc.gov.br/sc.phtml>>. Acesso em: 17 ago. 2010d.

SANTA CATARINA BRASIL. **Mapa da Serra Catarinense.**

Disponível em:

<<http://www.santacatarinaturismo.com.br/cms/dbarquivos/dbanexos/0c338f68514882f6d0193619baf32255.jpg>>. Acesso em 16 ago 2010a.

_____. **Fogo de Chão da Serra Catarinense.** Disponível em:

<<http://www.santacatarinaturismo.com.br/destinos.php?id=29>>.

Acesso em 16 ago 2010b.

SÃO JOAQUIM (Município). Prefeitura Municipal. **Ministério do Turismo divulga destinos indutores do desenvolvimento turístico regional.** 2007. Disponível em:

<<http://www.saojoaquim.sc.gov.br/conteudo/?item=9285&fa=1&cd=13720>>. Acesso em: 23 jan. 2010.

SCCVB – Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao mês 3 até o mês 12 de 2007. 2007. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009. Atas de reunião.

_____. **Descubra a Serra Catarinense.** Lages: Trectebel Energia, 2008a. 45p.

_____. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao mês 1 até o mês 12 de 2008. 2008b. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009. Atas de reunião.

_____. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/>>. Acesso em: 05 dez. 2009a.

_____. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao janeiro de 2009. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009b. Ata de reunião.

_____. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao fevereiro de 2009. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009c. Ata de reunião.

_____. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao março de 2009. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009d. Ata de reunião.

_____. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao abril de 2009. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009e. Ata de reunião.

_____. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao maio de 2009. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009f. Ata de reunião.

_____. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao junho de 2009. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009g. Ata de reunião.

_____. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao julho de 2009. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009h. Ata de reunião.

_____. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao agosto de 2009. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009i. Ata de reunião.

_____. **Relatório de Atividades do SCC&VB:** referente ao setembro de 2009. Disponível em:

<<http://www.serracatarinense.com/convention/relatorios.html>>. Acesso em: 05 dez. 2009j. Ata de reunião.

_____. **Relatório Principais Ações do SCCVB 2007-2009**. 2010. Ata de reunião.

SERRA CATARINENSE. **O maior portal da Serra**. Disponível em: <www.serracatarinense.com>. Acesso em 03 dez 2009.

SIGEOR. **Sistema de informação da gestão estratégica orientada para resultados**. Disponível em: <www.sigeor.sebrae.com.br>. Acesso em 14 dez 2009.

SOUZA, Ângela Maria de. Turismo na Serra Catarinense: um exercício de observação sobre a população do município de Urubici. **Turismo – Visão e Ação**, v. 7, n. 2, p. 387-398 mai/ago. 2005. Disponível em: <<https://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/viewFile/534/461>>. Acesso em: 06 dez. 2009.

STACKE, Ariane Raquel Neckel Prux. **A transferência de conhecimento em empresas aglomeradas territorialmente como fonte de competitividade, Urubici SC**. 2008. 152f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, Balneário Camburiú, 2008. Disponível em: <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Ariani%20Raquel%20Neckel%20Prux%20Stacke.pdf>>. Acesso em: 06 dez. 2009.

TIAGO, Gláucio. Urubici/SC, o frio do alto da Serra. **Alma Livre Zine – Rota da Alma – Sul do Brasil**. Disponível em: <http://glaucio.sites.uol.com.br/zine_rotasul.html>. Acesso em: 16 ago 2010.

URUBICI. **Prefeitura Municipal**. <<http://www.urubici.sc.gov.br/home/index.php>>. Acesso em 14 dez 2009.

ANEXOS

ANEXO A - GLOSSÁRIO DE CONCEITOS SEGUNDO MICHEL FOUCAULT.

Abaixo seguem alguns conceitos e noções, segundo Michel Foucault, que por ventura não ficaram claros na escrita da dissertação. Os três primeiros dizem respeito ao domínio de trabalho da pesquisa Arqueológica, que busca realizar cortes e encontra falhas e aberturas no domínio da análise dos fatos discursivos. Os dois últimos dizem respeito a estratégias de análise utilizadas principalmente no campo das análises genealógicas, na medida em que tornam enfáticas os jogos e relações de poder.

1. DESCONTINUIDADE

A descontinuidade, nos textos de Michel Foucault, está associada à perspectiva histórica de pesquisa e é o meio pelo qual o autor realizar críticas ao modo tradicional de estudar os acontecimentos discursivos. Foucault (2008) tece uma crítica ao que ele chama de história contínua, na qual os acontecimentos obedecem a um percurso linear, tem por característica a totalização dos fatos discursivos e, em seus modos de abordagem, não comporta a diferença no terreno dos discursos. Foucault (2008, p. 14) considera que a história contínua tem como reduto privilegiado uma consciência soberana, é o meio a partir do qual a figura do sujeito é fundada. Totalização e linearidade seriam estratégias que faria da consciência humana do sujeito o ponto “[...] originário de tudo o devir e de toda prática [...]”. Aliás, segundo Michel Foucault o tempo concebido como totalização, faz das revoluções nada mais que processos de tomadas de consciência.

De acordo com o Michel Foucault, o discurso não está localizado em uma consciência soberana, não diz respeito a um ato de fala. Ele é material e produzido nas relações com outros sujeitos e em condições determinadas⁷³. Para o autor, o tempo do discurso não é o

⁷³ As condições de possibilidade para a emergência discursiva, Foucault (2008) as chama de regras de formação discursiva. Para ele as regras que formam o terreno dos discursos são a formação dos objetos, as funções enunciativas, as estratégias e formação dos conceitos. São as

tempo de um homem, não é a vida do mesmo (FOUCAULT, 2008, p. 236). Ele o ultrapassa e é por isso que a figura fundadora de um sujeito lhes escapa.

Conceber os discursos como conjuntos de séries e de séries de séries, relativamente autóctones, porque não pertencentes a uma consciência, e descontínuas, configura uma forma de controlar as tendências totalizadoras empreendidas pelas análises de discursos. É desvincular-se do antropologismo que permeia os estudos em ciências humanas, é trazer os cortes, os limites, as cisões, rupturas para o foco mesmo das análises, como método e resultado do trabalho de pesquisa. O descontínuo, segundo Michel Foucault (2008, p. 31), deixa de ser “[...] um desses grandes acidentes que produzem uma falha na geologia da história” para tornar-se o objeto da investigação história, na medida em que, observar a incisão no nível dos discursos é reconhecer sua irredutível emergência.

No discurso do historiador o descontínuo exerce algumas funções, a que Foucault (2008, p. 10) chama a atenção. Ele é a operação deliberada do historiador; é o resultado de uma descrição; é também o conceito que o trabalho do historiador não deixa de salientar e especificar.

2. DESLOCAMENTO.

Deslocamento é uma noção que, pelo que é possível entender, é usada por Michel Foucault como mais uma estratégia aplicada pela história descontínua. Considera-se que a passagem de uma teoria a outra, ou de uma formação discursiva a outra de estrutura diversa não é linear, não constitui uma sequência espaço-temporal sem transformações. Por exemplo, o descontínuo no discurso do historiador é uma passagem de obstáculo à prática. Antes o descontínuo desempenhava o papel de uma fatalidade, de que se precisava escapar, que era preciso reduzir. Para a História Nova, que Foucault (2008) descreve, o descontínuo no discurso do historiador é deslocado migrando para a posição de conceito operatório. De elemento negativo na leitura histórica, ele passa a ser o instrumento positivo que determina o objeto da pesquisa histórica e valida as análises que ela realiza.

3. RUPTURAS.

Segundo Michel Foucault, as rupturas compreendem a análise dos cortes arqueológicos. Consiste em um dos instrumentos que ativam a descontinuidade, a dispersão, no terreno da análise dos discursos. Além, delas, em *Arqueologia do Saber*, Foucault (2008) leva em conta para a análise da descontinuidade discursiva as noções de limites, transformações, mutação, limiar. Especificamente, a ruptura, ou a “análise dos cortes arqueológicos” tem a função de estabelecer “[...] entre tantas modificações diversas, analogias e diferenças, hierarquias, complementaridades, coincidências, defasagens [...]” (FOUCAULT, 2008, p. 196).

Quando a análise dos discursos para o seu desenvolvimento lança mão da noção de ruptura no intuito de descrever as formações discursivas, impõe ao *corpus*, à materialidade textual a característica de heterogeneidade discursiva. Não há no corpus textual processo heterogêneo. Desse modo Foucault, trata de esclarecer que quando impõe à análise a ideia de ruptura não está se referindo a derivas gerais no domínio dos discursos. Do mesmo modo, não se refere à ruptura como espaço uniforme e atemporal no qual seria possível visualizar duas fases estanques e distintas. Rupturas dizem respeito ao domínio de positivities distintas e à “descontinuidade especificada por um certo número de transformações distintas” (p.). Por meio dessa estratégia de análise, é possível colocar em dúvida os esquemas de totalização e linearidade histórica, na medida em que define cronologias que lhes são específicas, singulares aos acontecimentos discursivos, sem contar que lhes impõe níveis diferentes e séries de limites amplos.

4. TERRITÓRIO.

A noção de território é aqui trabalhada na medida em que é útil separar a concepção de território encontrada nos documentos oficiais sobre o turismo, a exemplo das políticas e planos nacionais de turismo, daquela concebida por Michel Foucault. Em “Sobre a Geografia”, entrevista concedida à Revista de Geógrafos, Hérodote, Foucault ([1979]2006b) fala um pouco sobre esse conceito.

Território pode ser uma noção usada pela geografia, no entanto, também é uma noção jurídico-política e para tanto supõe “o que é controlado por um certo tipo de poder” (p. 180). Como termo político-

estratégico, território implica ações militares e administrativas seja sobre um solo, ou mesmo no domínio dos discursos. Para o autor, a noção de território torna-se útil para a descrição genealógica na medida em que:

“Tem-se uma administração do saber, uma política do saber, relações de poder que passam através do saber e que, muito naturalmente, se quisermos descrevê-las, remetem-nos a essas formas de dominação às quais se referem noções como campo, posição, região, território” (FOUCAULT, [1979]2006b, p. 181).

Foucault também considera que metaforizar termos como território e estratégias, diz respeito à aplicação de conceitos que não remetem a uma consciência individual. Quando as análises são realizadas por meio de conceitos que trabalham a noção de temporalidade essa consciência emerge de maneira mais decisiva. No entanto, num jogo de noções espacializantes, a soberania de um sujeito é colocada em cheque na medida em que a administração do saber, a política do saber, é colocada em meio a relações, as mais variadas, dispersas no espaço. Ao que tudo indica, nesse texto em que conta com metáforas geográfico-espaciais para pensar relações de poder, território é uma noção ligada a relações de luta, disputa de poder, disputa política. Nas análises de Michel Foucault, a noção de território é então deslocada de seu sentido inicial, em que algo é controlado por um certo tipo de poder, a exemplo de um território municipal, para ser pensado como algo constituído em meio a relações de poder, como efeito de jogos de poder. Essa forma de abordagem encontrada na entrevista à Revista Herodote, também está diferenciado da noção de território, aplicada pelos documentos do Ministério do Turismo, nos quais o território é concebido como espaço socialmente organizado, naquilo que tem de específico, em que o homem está em interação com o ambiente.

5. ESPAÇO.

Para Michel Foucault, o espaço não é somente uma noção com conotações geográficas, físicas. Do mesmo modo que território também abarca relações e lutas em torno do saber, o espaço nos textos de Michel Foucault tem relação com o espaço social. Em entrevista realizada no ano de 1967, Foucault (2006, p. 412) propõe uma história dos espaços.

Propõe algumas orientações de método para análise dos espaços sociais, em geral, apontando, para um melhor entendimento de sua perspectiva de trabalho, uma historicização do espaço ocidental. Ele o divide, “muito grosseiramente”, em três formas específicas: espaço de localização, espaço de extensão e espaço de posicionamentos. O primeiro é o espaço da Idade Média. Foucault o coloca como um conjunto hierarquizado de lugares:

[...] lugares sagrados e lugares profanos, lugares protegidos e lugares, pelo contrário, abertos e sem defesa, lugares urbanos e lugares rurais (onde acontece a vida real dos homens); para a teoria cosmológica, havia lugares supracelestes opostos ao lugar celeste; e o lugar celeste, por sua vez, se opunha ao lugar terrestre; havia os lugares onde as coisas se encontravam colocadas porque elas tinham sido violentamente deslocadas, e depois os lugares, pelo contrário, onde as coisas encontravam sua localização e seu repouso naturais (FOUCAULT, 2006, p. 412).

O segundo espaço mapeado por Foucault (2006, p. 412) é o espaço de extensão que, de acordo com ele, é o espaço inaugurado por Galileu. Foucault afirma que a principal (re)descoberta do físico não foi que a terra girava em torno do sol, mas ter constituído um “espaço infinito, e infinitamente aberto”. A partir daí, o lugar da Idade Média se encontrava dissolvido, tratava-se de um ponto em seu movimento “exatamente como o repouso de uma coisa não passava do seu movimento infinitamente ralentado”.

O terceiro espaço é o de posicionamento. E nesse caso estão em jogo as relações de vizinhança entre os pontos ou elementos, “formalmente, podem-se descrevê-las como séries, organogramas, grades”. Por posicionamento, o autor entende:

[...] armazenagem da informação ou dos resultados parciais de um cálculo na memória de uma máquina, circulação de elementos discretos, com saída aleatória (como muito simplesmente os automóveis ou, enfim, os sons em uma linha telefônica), determinação de elementos, marcados ou codificados, no interior de um conjunto que é ora repartido ao acaso, ora classificado em uma classificação unívoca, ora classificado de acordo

com uma classificação plurívoca etc
(FOUCAULT, 2006, p. 412).

Quando Foucault (2006) afirma que o problema atual é um problema de espaço, e que o espaço atual é um espaço de posicionamento, implica para ele afirmar que a importância atual está em dispor os elementos humanos em situações específicas para que se alcance alguns fins. O problema do lugar para Michel Foucault é um problema de demografia, um problema de cálculo, de circulação, de localização. O espaço, a propósito se oferece a nós sob a forma de relações de posicionamentos.

ANEXO B – Quadro Cronológico de Atividades na Serra Catarinense.

QUADRO CRONOLÓGICO DE ATIVIDADES NA REGIÃO DA SERRA CATARINENSE.		
Ano	Mês	
1999	Jan/Fev/Mar/ Abr/Mai/Jun/ Jul/Ago/Set/ Out/Nov/Dez	Ao final da década de 1990, estava em vigor o Programa Nacional de Municipalização do Turismo, lançado em 1994. Ele dura até 2002, ano anterior àquele que a gestão subsequente assume o Governo Federal.
		SANTUR dividia o estado de Santa Catarina nos seguintes roteiros: Cultura Germânica, Açoriana, Italiana, Austríaca, Polonesa e Alemã, na grande Florianópolis. Outros circuitos que começavam a atrair os turistas: Litorâneo (que reúne as mais belas praias do sul do Brasil), da Neve, Rural, Águas Termais, Ferroviário, Religioso, Ecológico, Esportes, Compras, Festas, Parques Temáticos, Náuticos, Observação de Baleias, Centro de eventos\Negócios.
		<i>Urubici compunha três dos Roteiros da SANTUR: circuito da neve, o circuito rural e o circuito ecológico. O município era desprovido de infra-estrutura e faltava “conscientização” da população para o turismo, ausência do turismo integrado, intercâmbio entre agências, planejamento.</i>

2000	–	SANTUR registra na Serra Catarinense a presença de 150 mil turistas.
		<i>O potencial turístico de Urubici baseado no recurso natural. A infra-estrutura não é adequada.</i>
2001	–	SANTUR registra 150 turistas no município de Urubici.
2002	Jan/Fev/Mar/ Abr/Mai/Jun/ Jul/Ago/Set/ Out/Nov/Dez	Último ano do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).
		<i>Secretaria de Turismo em Urubici registra o número de 990 turistas na cidade de Urubici.</i>
2003	Jan/Fev/Mar/ Abr/Mai/Jun/ Jul/Ago/Set/ Out/Nov/Dez	Criação do Ministério do Turismo (MTur). Lançamento do Plano Nacional de Turismo 2003-2007 - Diretrizes, Metas e Programas.
		<i>Em Urubici, é identificada ausência de financiamento por parte do Estado e Conselho Municipal de Turismo é criado. A prefeitura atua no embelezamento da cidade e na qualidade turística.</i>
		<i>De acordo com o Secretário de Turismo, algumas sinalizações haviam sido implantadas nas estradas e pontos turísticos de Urubici. Do mesmo modo, até aquele ano havia sido instalada proteção estrutura de proteção nos pontos turísticos de altitude. No entanto, ainda era possível diagnosticar infra-estrutura hoteleira precária e a necessidade de limpeza das áreas turísticas e melhoria nos acessos aos pontos turísticos.</i>

2003	Jan/Fev/Mar/ Abr/Mai/Jun/ Jul/Ago/Set/ Out/Nov/Dez	O Convention e Visitors Bureau da Serra Catarinense é criado. É de sua autoria o Primeiro Plano Estratégico Integrado do Turismo na Serra Catarinense.
		É criada a Secretaria de Organização do Lazer (SOL).
2004	Jan/Fev/Mar/ Abr/Mai/Jun/ Jul/Ago/Set/ Out/Nov/Dez	Lançamento do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.
		O Governo de Estado elabora o Plano Estadual da Cultura, do Turismo e do Desporto do Estado de Santa Catarina (PDIL)
		São criados os seguintes segmentos turísticos em Santa Catarina: Litoral Norte, Litoral Sul e Surfe, Vale Europeu, Encantos do Oeste e Termas, Ilha de Santa Catarina, Caminho dos Príncipes, Planalto Serrano
		<i>Urubici passa a compor o Roteiro “Caminho das Neves”. No município há uma discordância entre os projetos das entidades públicos e aqueles elaborador pelas entidades privadas relacionadas ao turismo. As atividades realizadas pelos últimos estão distantes da população e aquelas realizadas pelo poder público não têm credibilidade. São poucas as ações relacionadas à sustentabilidade e preservação ambiental.</i>
2005	—	<i>Urubici amplia a infra-estrutura turística com intuito de oferecer maior segurança e autonomia ao turista.</i>

2007	Janeiro	É lançado Plano Nacional de Turismo 2007-2010 - <i>Uma Viagem de Inclusão</i>, paralelo à reelaboração e lançamento do Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil.
	Fevereiro	Reunião da SANTUR junto aos mercados Americano, Canadense, Português, para continuidade dos seus trabalhos e firmar a Serra Catarinense como destino turístico. Ocorre a 1ª Exposição da Serra Catarinense na Casa de Santa Catarina na cidade de São Paulo.
	Março	No Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau, nova diretoria é instaurada e as atividades da entidade são retomadas. Elas haviam parado por volta de 2003.
	Abril	SANTUR recebe, junto ao Mtur e SCC&VB a empresa Cavalgadas do Brasil, em Missão portuguesa.
		<i>Em Urubici, acontece o Curso de Capacitação de Recursos para Municípios e a reunião de conselho do SCC&VB.</i>
	Maio	<i>Prefeitura de Urubici recebe o SCC&VB a fim quitar seus débitos.</i>
	Junho	Reunião com a SOL para tratar da subsistência do SCC&VB.
	Novembro	Primeiro Encontro de Regionalização do Turismo, organizado pela SANTUR e pela SOL.

2008	Janeiro	Acontece a primeira reunião do coordenador das atividades da Instância de Governança da Serra Catarinense com o Presidente do Convention & Visitors Bureau da Serra Catarinense. Essa reunião é paralela a duas outras de âmbito regional, a saber: Reunião de sensibilização ao projeto da Instância de Governança no município de São Joaquim, Urubici, entre outros municípios; Reunião para organização do 1º Fórum de Regionalização.
	Fevereiro	SCC&VB esteve em reunião na Prefeitura de Urubici para tratar: da cobrança das mensalidades em aberto do ano de 2007.
	Março	SANTUR realiza Fam Trip com jornalistas nacionais para difusão do destino "Serra Catarinense".
		O Convention & Visitors Bureau torna-se oficialmente a sede da Instância de Governança da Serra Catarinense. Acontece no mesmo mês o lançamento do "Show Case da Serra Catarinense" na Casa do Turista em São Joaquim, patrocinado pela SANTUR.
		<i>O valor do que estava em aberto nos débitos da Prefeitura com o SCC&VB seria repassado via depósito em conta.</i>
	Abril	Governo do Estado realiza Fam Trip com 6 jornalistas americanos para difusão do destino Serra Catarinense nos seguintes países: Estados Unidos, Portugal, Canadá, França e Itália. A SANTUR recebe 17 grandes operadoras de turismo dos EUA.

2008	Abril	Reunião na SDR de São Joaquim para discutir o 1º Fórum de Regionalização do Turismo. No mesmo mês acontece o Fórum é realizado. Em decorrência disso, é instalada a Instância de Governança Serra Catarinense e em seguida realizadas as Reuniões do Grupo Operacional Tático da Instância de Governança Serra Catarinense e a Primeira Reunião do Conselho da Instância de Governança.
	Maio	Acontece a 2ª e a 3ª Reuniões do Conselho da Instância de Governança Serra Catarinense.
	Junho	Acontece a 4ª Reunião do Conselho da Instância de Governança Serra Catarinense. A Instância de Governança da Serra Catarinense é instalada na sede do Convention e Visitors Bureau da Serra. Em Reunião, o Conselho elege a Diretoria da Instância. No mesmo mês, promove-se o Fórum “Serra mais Limpa”.
	Julho	O Governo do Estado realiza Fam Trip Português e Reunião para criação de uma rede brasileira de turismo responsável.
		O Convention e Visitors Bureau dá início à Campanha ‘Serra mais Limpa’ e a reunião da Instância de Governança acontece em Bom Jardim da Serra.
	Agosto	SANTUR e SCC&VB recebem jornalista e cinegrafista da Lanchile para realização de documentário sobre a Serra Catarinense.
		A Instância de Governança Serra Catarinense realiza em São Joaquim o Fórum “Serra mais Limpa”.
	Outubro	Realizada a Oficina de Trabalho que tratou do Planejamento da Instância de

2008	Outubro	Governança Serra Catarinense. Nessa ocasião foi discutida a forma e o nome que assumiria a Instância. Após reunião é instalado o Conselho de Turismo da Serra Catarinense.
2009	Fevereiro	SCC&VB solicitou o apoio da SANTUR junto ao Governador do Estado Sr Luiz Henrique da Silveira para o '1º Festival de Inverno da Serra Catarinense' e para o 'Rally Internacional dos Campos da Serra'.
	Março	É realizada a primeira reunião do Conselho de Turismo Serra Catarinense (CONSERRA). Nessa ocasião o Convention e Visitors Bureau da Serra Catarinense deixa de ser a sede da Instância representante do Programa de Regionalização na Serra.
		<i>Em Urubici, é realizada a Oficina de Trabalho da Instância de Governança. No mesmo mês acontece a FENAHORT (Feira Nacional das Hortaliças).</i>
	Abril	A Reunião do CONSERRA é realizada em Lauro Muller.
	Maio	SANTUR e SCC&VB recebem jornalista da TV Record de Portugal a fim de gravar cenas da Serra para veiculação na Europa.
		A reunião do CONSERRA é realizada na cidade de Urupema.
	Junho	SCC&VB e SANTUR recebem 8 agências de turismo da França. SANTUR confirma apoio para reimpressão do Guia Turístico “Descubra a Serra Catarinense”.
		Reunião do CONSERRA em Rio Rufino.

2009	Junho	<i>Houve em Urubici, um treinamento com o Sebrae, referente à divulgação e comercialização dos roteiros da Serra Catarinense.</i>
	Agosto	A Reunião do CONSERRA acontece no município de Lages. O município de São José do Cerrito passa a fazer parte do CONSERRA. Em São Joaquim é lançado o Projeto ACORDE em São Joaquim.
		Realizou-se uma reunião do Conselho Administrativo do SCC&VB em Urubici. No mesmo mês houve reunião com o tema Opinião Interna do Plano de Marketing da Chias Marketing para Santa Catarina.
	Setembro	O Governo do Estado realiza projeto de visita a Itália a uma região geograficamente parecida com a Serra Catarinense.

Legenda:

Negrito - Ações do Governo Federal.

Itálico - Informações sobre Urubici.